

Knoll, Joachim H.

## Der Beitrag der Kommunikationsmittel zur Erkenntnis pädagogischer Reformprozesse

*Scheuerl, Hans [Hrsg.]: Erziehungswissenschaft. Bildungspolitik. Schulreform. Bericht über den Kongress der Deutschen Gesellschaft für Erziehungswissenschaft vom 12. - 15. April 1970 in der Kongresshalle in Berlin. Weinheim ; Berlin ; Basel : Beltz 1971, S. 253-277. - (Zeitschrift für Pädagogik, Beiheft; 9)*



Quellenangabe/ Citation:

Knoll, Joachim H.: Der Beitrag der Kommunikationsmittel zur Erkenntnis pädagogischer Reformprozesse - In: Scheuerl, Hans [Hrsg.]: Erziehungswissenschaft. Bildungspolitik. Schulreform. Bericht über den Kongress der Deutschen Gesellschaft für Erziehungswissenschaft vom 12. - 15. April 1970 in der Kongresshalle in Berlin. Weinheim ; Berlin ; Basel : Beltz 1971, S. 253-277 - URN: urn:nbn:de:0111-pedocs-233010 - DOI: 10.25656/01:23301

<http://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0111-pedocs-233010>

<http://dx.doi.org/10.25656/01:23301>

in Kooperation mit / in cooperation with:

# BELTZ JUVENTA

<http://www.juventa.de>

### Nutzungsbedingungen

Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Die Nutzung stellt keine Übertragung des Eigentumsrechts an diesem Dokument dar und gilt vorbehaltlich der folgenden Einschränkungen: Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen. Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

### Terms of use

We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document.

This document is solely intended for your personal, non-commercial use. Use of this document does not include any transfer of property rights and it is conditional to the following limitations: All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

### Kontakt / Contact:

**peDOCS**  
DIPF | Leibniz-Institut für Bildungsforschung und Bildungsinformation  
Informationszentrum (IZ) Bildung  
E-Mail: [pedocs@dipf.de](mailto:pedocs@dipf.de)  
Internet: [www.pedocs.de](http://www.pedocs.de)

Digitalisiert

Mitglied der  
  
Leibniz-Gemeinschaft

# Zeitschrift für Pädagogik

9. Beiheft

Zeitschrift für Pädagogik

9. Beiheft

Erziehungswissenschaft  
Bildungspolitik  
Schulreform

Bericht über den Kongreß der  
Deutschen Gesellschaft für Erziehungswissenschaft  
vom 12. — 15. April 1970 in der Kongreßhalle in Berlin

Im Auftrag des Vorstands  
herausgegeben  
von Hans Scheuerl  
unter Mitarbeit von Michael Löffelholz

Verlag Julius Beltz · Weinheim · Berlin · Basel

*Anschrift des geschäftsführenden Herausgebers:* Prof. Dr. Andreas Flitner, 74 Tübingen, Im Rotbad 43.

*Anschrift der Schriftleitung:* Prof. Dr. Wolfgang Scheibe, 8 München 90, Schönstr. 72 b.

*Anschriften der anderen Herausgeber:* Prof. Dr. Otto Friedrich Bollnow, 74 Tübingen, Waldeckstr. 27; Prof. Dr. Wolfgang Brezinka, 775 Konstanz, Jakobstr. 45; Prof. Dr. Josef Dolch, 66 Saarbrücken 3, Hellwigstr. 19; Prof. Dr. Carl-Ludwig Furck, 1 Berlin 38, An der Rehwiese 24; Prof. Dr. Georg Geißler, 2 Hamburg 62, Kiwittsmoor 55; Prof. Dr. Wolfgang Klafki, 355 Marburg, Rollwiesenweg 36; Prof. Dr. Martinus Langeveld, Prins Hendriklaan 6, Bilthoven/Holland; Prof. Dr. Ernst Lichtenstein, 44 Münster/Westfalen, von Esmarch-Str. 91; Prof. Dr. Peter Martin Roeder, 2 Hamburg 66, Parkberg 24; Prof. Dr. Hans Scheuerl, 2 Hamburg 55, Bockhorst 46.

*Anschriften der Autoren dieses Heftes:* Prof. Dr. Heinz Bach, 65 Mainz-Bretzenheim, Am Eselsweg 33; Dr. Hans-Dieter Haller, 775 Konstanz, Universität, Fachbereich Erziehungswissenschaft; Dr. Alfred Hardenacke, 53 Bonn, Bundeswirtschaftsministerium; Dr. Gotthilf Gerhard Hiller, 7031 Holzgerlingen, Gartenstr. 23; Prof. Dr. Torsten Husén, Armfeltsgatan 10', Stockholm NO, Schweden; Studienprofessor Dr. Manfred Hüttner, 46 Dortmund-Lottringhausen, Aufenangerstr. 15; Päd. Assist. Michael Jagenlauf, 463 Bochum-Querenburg, Inst. für Päd., Buscheyst. ; Prof. Dr. Joachim Knoll, 463 Bochum-Querenburg, Buscheyst. 1 A; Prof. Dr. Wolfgang Lempert, 1 Berlin 31, Blissestr. 2-6; Dr. Ingrid Lisop, 6369 Harheim, Weingärten 50; Staatssekretär Prof. Dr. Hermann Lübke, 463 Bochum-Weitmar, Am Buchenhain 2 a; Prof. Dr. Hans-Joachim Martikke, 741 Reutlingen, Gartenstr. 15; Prof. Dr. Wolfgang Mitter, 314 Lüneburg, Johannisstr. 40; Prof. Dr. Saul B. Robinsohn, 1 Berlin 33, Käuzchensteig 7; Dr. Hans-G. Rolff, 1 Berlin 42, Musselstr. 22; Prof. Dr. Heinrich Roth, 34 Göttingen-Nikolausberg, Rautenbreite 3; Dr. Gerlind Rurik, 433 Mülheim/Ruhr, Bussardweg 22; Prof. Dr. Hans Scheuerl, 2 Hamburg 55, Bockhorst 46; Prof. Dr. Klaus Schleicher, 2 Hamburg 73, Kopernikusstr. 40; Päd. Assist. Hildegard Scholand, 463 Bochum-Querenburg, Inst. für Päd., Buscheyst.

*Anschriften der Berichterstatter:* Päd. Assist. Monika Broschart, 2 Hamburg 13, Von-Melle-Park 8; Dr. Karl Frey, CH 1700 Fribourg, Pérolles 6/III; Stud. phil. Hans-Joachim Göthel, 6453 Seligenstadt, Kettelerstr. 50; Päd. Assist. Dittfried Krause-Vilmar, 355 Marburg, Krummbogen 28, Block B; Päd. Assist. Michael Löffelholz, 2057 Wentorf, Reinbeker Weg 4; Päd. Assist. Hans-Peter Schäfer, 463 Bochum-Querenburg, Inst. f. Päd., Buscheyst.

# Inhalt

Einführung	(HANS SCHEUERL)	9
Kongreßprogramm		11
Eröffnung und Begrüßung		15
HEINRICH ROTH	Erziehungswissenschaft — Schulreform — Bildungspolitik	17
TORSTEN HUSÉN	Innovationsforschung und Bildungsreform	33
	Bericht über eine Zwischendiskussion (HANS SCHEUERL)	45
ARBEITSGRUPPE 1:		
	Primarstufe (Vorschule, Grundschule und För- derstufe) — Zur Genese, Durchführung und Kontrolle der Entscheidungsprozesse bei der Curriculum-Entwicklung	
	Leitung: ILSE LICHTENSTEIN-ROTHER	47
WOLFGANG MITTER	Tendenzen der Primarstufenreform in den USA, England und der UdSSR mit besonderer Berücksichtigung der Entscheidungsprozesse bei der Curriculum-Entwicklung	49
GOTTHILF GERHARD HILLER	Symbolische Formen im Curriculum der Grund- schule	61
HANS-DIETER HALLER	Die Situation der Lehrplanentwicklung im Be- reich der Elementarerziehung	85
GERLIND RURIK	Möglichkeiten zur Steuerung von Lernprozes- sen im Vorschulalter	99
	Diskussionsbericht (MONIKA BROSCART)	119
	Zusammenfassung für das Podium (KARL FREY)	121
ARBEITSGRUPPE 2:		
	Das Verhältnis von Erziehungswissenschaft und Politik im Prozeß der Bildungsreform — am Beispiel der Gesamtschule	
	Leitung: WOLFGANG KLAFKI	123
HANS-G. ROLFF	Perspektiven einer projektorientierten und kooperativen Gesamtschulplanung	125
	Diskussionsbericht (DIETFRIED KRAUSE-VILMAR)	141

### ARBEITSGRUPPE 3:

	Schulabschlüsse, Berufsausbildung und Berechtigungswesen	
	Leitung: JOACHIM MÜNCH	
	Vorbereitung: JOACHIM PEEGE . . . . .	147
ALFRED HARDENACKE	Das Berufsbildungsgesetz — bildungspolitische Erfordernisse und gesellschaftspolitische Ansprüche . . . . .	149
WOLFGANG LEMPERT	Erziehungswissenschaft und Verbandsinteressen als gestaltende Faktoren des westdeutschen Lehrlingswesens . . . . .	163
MANFRED HÜTTNER	Die Abgrenzung zum beruflichen Schulwesen — ein Grundproblem der Didaktik der Wirtschafts- und Arbeitslehre in der Hauptschule .	179
INGRID LISOP	Die Abgrenzung zum allgemeinbildenden Schulwesen — ein Grundproblem der Didaktik der beruflichen Schulen . . . . .	193
HEINZ BACH	Berufsbildung und Berufsbewährung lernbehinderter Jugendlicher . . . . .	201
HANS-JOACHIM MARTIKKE	Erfordernisse der sozialen und beruflichen Eingliederung von psychodynamisch behinderten Jugendlichen . . . . .	205
	Diskussionsbericht (HANS-JOACHIM GÖTHEL) . . . . .	215

### ARBEITSGRUPPE 4:

	Schulreform und pädagogische Öffentlichkeit	
	Leitung: OSKAR ANWEILER	
	Vorbereitung: OSKAR ANWEILER, HANS-PETER SCHÄFER, HILDEGARD SCHOLAND .	219
SAUL B. ROBINSON	Thesen zum Thema: Bildungspolitik und Öffentlichkeit . . . . .	221
	Diskussionsbericht (MICHAEL JAGENLAUF, HANS-PETER SCHÄFER, HILDEGARD SCHOLAND) . . . . .	225
KLAUS SCHLEICHER	Die Funktion der Eltern in der pädagogischen Öffentlichkeit — ein Vergleich englischer, amerikanischer und deutscher Traditionen wie Aufgaben . . . . .	227
	Diskussionsbericht (MICHAEL JAGENLAUF, HANS-PETER SCHÄFER, HILDEGARD SCHOLAND) . . . . .	251

JOACHIM KNOLL	Der Beitrag der Kommunikationsforschung zur Erkenntnis pädagogischer Reformprozesse . .	253
	Diskussionsbericht (MICHAEL JAGENLAUF, HANS-PETER SCHÄFER, HILDEGARD SCHOLAND) . . . . .	279
HILDEGARD SCHOLAND	Untersuchungen zur Verbreitung bildungspolitischer Innovationen in Massenmedien . . .	281
MICHAEL JAGENLAUF	Die Durchführung des Schulentwicklungsplans I in einer Gemeinde in Baden-Württemberg . . . . .	289
	Diskussionsbericht (MICHAEL JAGENLAUF, HANS-PETER SCHÄFER, HILDEGARD SCHOLAND) . . . . .	295
ABSCHLUSSPLENUM:		
HERMANN LÜBBE	Politik und Wissenschaft . . . . .	297
	Podiums- und Plenardiskussion Leitung HELLMUT BECKER	
	Bericht (MICHAEL LÖFFELHOLZ) . . . . .	307

## Der Beitrag der Kommunikationsmittel zur Erkenntnis pädagogischer Reformprozesse

### *I. Der Gegenstand der Kommunikationswissenschaft*

Die Kommunikationswissenschaft hat sich in der Bundesrepublik weder institutionell noch im analytisch-theoretischen Zugang bislang als eigenständige Disziplin zu etablieren vermocht<sup>1)</sup>. Die genuinen kommunikationswissenschaftlichen Arbeiten beschäftigen sich hierzulande meist mit einer angemessenen Rezeption amerikanischer Forschungsergebnisse und der Verifizierung von solchen Hypothesen, die sich aus dem Wirkungszusammenhang, den Tatbeständen, Prozessen und Prägungen der Massenmedien herleiten. Dabei werden Vorfragen von übergeordneter Bedeutung vielfach übergangen. Einige dieser Vorfragen seien hier freilich nur peripher benannt:

1. Wo ist die Kommunikationswissenschaft wissenschaftstheoretisch zu verorten? Je nach dem Ausgangspunkt oder dem behandelten Gegenstand wird die Kommunikationswissenschaft der Psychologie, insonderheit der Sozialpsychologie<sup>2)</sup>, der Sozialwissenschaft, insonderheit der Mediensoziologie, der Sprachwissenschaft, etwa im Zusammenhang qualitativer Aussagenanalyse oder auch der Publizistikwissenschaft im Zusammenhang mit der Wirkungsforschung im Feld der Massenmedien zugeordnet. COLIN CHERRY hat bereits zu Beginn der 60er Jahre diesen multidisziplinären Aspekt der Kommunikationswissenschaft aufgewiesen, wobei er über die angegebene Zuordnung hinaus die Kommunikationswissenschaft an die Kybernetik, an die Nachrichtentechnik und die Informatik bindet<sup>3)</sup>. Es mag daraus gefolgert werden, daß die Kommunikationswissenschaft zumindest multidisziplinär orientiert, im Idealfall interdisziplinär organisiert betrieben werden sollte.

2. Wie ist das Verhältnis von Publizistikwissenschaft, der Disziplin, von der aus in der Bundesrepublik Deutschland am ehesten kommunikationswissenschaftliche Arbeiten kommen, und der Kommunikationswissenschaft zu bestimmen? Vielleicht ist die Frage der Überordnung oder Unterordnung auf den ersten Blick nur eine theoretische Beiläufigkeit, aber sie könnte zumindest wissenschaftsinstitutionelle Bedeutung haben. Geht man von der Voraussetzung aus, daß die Publizistikwissenschaft, die sich weitgehend ihrer historisch bedingten Eingrenzung auf eine Phänomenologie der Massenmedien entledigt hat, die Tatbestände, Institutionen, Normen und Prozesse der öffentlichen und veröffentlichten Meinung bestimmt<sup>4)</sup>, dann ist die Kommunikationswissenschaft, soweit sie sich z. B. mit der Erforschung der Prozesse der Massenkommunikation befaßt, Teil einer umfassenden Publizistikwissenschaft. Geht man andererseits davon aus, daß Institutionen und Normen der



Publizistik nur Konstituanten oder Regulative des Kommunikationsprozesses sind, dann erscheint die Kommunikation der Publizistik übergeordnet, die Kommunikationswissenschaft auch der Publizistikwissenschaft. Die Kommunikationswissenschaft erweist sich zudem als der möglicherweise weiterreichende Begriff, wenn man an die Kommunikationsvorgänge denkt, die außerhalb des publizistischen Terrains liegen. So wird nicht erst in jüngster Zeit<sup>5)</sup> der unterrichtliche Vollzug als Kommunikationsprozeß gedeutet und nach dem Kommunikationsmodell interpretiert. In der Bundesrepublik ist dadurch freilich auch noch nicht viel mehr als ein Austausch der Nomenklatur bewirkt worden.

3. Im Zusammenhang unserer Vorfragen wäre gewiß auch einiges anzumerken über die in der Kommunikationswissenschaft übliche Begrifflichkeit. Es kann festgestellt werden, daß zumal in empirisch-distanzierteren Disziplinen die kommunikationswissenschaftliche Rezeption nur unzulänglich erfolgt, so trifft man immer wieder auf die Unterscheidung von Information und Kommunikation<sup>6)</sup>, die freilich auch da und dort, z. B. bei DEUTSCH und WIENER im amerikanischen Schrifttum auftaucht. Die 23. internationalen Hochschulwochen in Alpach<sup>7)</sup>, deren kommunikationswissenschaftlicher Ertrag freilich nur bescheiden war, firmierten gar unter dem Begriffspaar „Information und Kommunikation“. Bei der Scheidung dieser Begriffe wird offenbar davon ausgegangen, als handle es sich bei der Information um einen linearen Prozeß vom Kommunikator zum Rezipienten, wobei die Signale des Kommunikators als gleichsam unbeeinflußt vom sozial kulturellen Umfeld, von opinion-leaders und vom feed-back vorgestellt werden, sie beanspruchen gleichsam Authentizität, während unter Kommunikation die wechselseitigen Abhängigkeiten und die wechselseitigen Prozesse innerhalb des Kommunikationsmodells verstanden werden. Indes, Information ist an Kommunikation gebunden.

Über Kommunikation gibt es natürlich vielerlei Definitionen, so die berühmte Lasswell-Formel „Who says what to whom with what effect“, wir wollen die Kommunikation hier allgemein bezeichnen als akustische, optische oder elektronische Ausgabe, Übermittlung und Empfang von Verständigungssignalen. Solch allgemeine Kennzeichnung erlaubt, die außerhalb der Massenkommunikation liegenden Kommunikationsphänomene dem Begriff Kommunikation zuzuordnen.

Bevor wir die Kommunikationswissenschaft hinsichtlich ihrer operationalen Fähigkeit und ihrem Ertrag für pädagogische Innovationsprozesse untersuchen, seien die am Kommunikationsprozeß beteiligten Faktoren und deren Interdependenzen erläutert: Die amerikanischen Kommunikationswissenschaftler haben in immer neuen Anläufen das Kommunikationsmodell differenziert und auch in Deutschland hat eine verlässliche Rezeption inzwischen stattgefunden<sup>8)</sup>. Einige Arbeiten seien hier genannt:

GERHARD MALETZKE „Psychologie der Massenkommunikation“, HERTHA STURM „Masse-Bildung-Kommunikation“, O. W. HASELOFF „Kommunikation“, HAGEMANN/PRAKKE „Grundzüge der Publizistik“, WINFRIED B. LERG „Gespräche über das Ende der Fama“. Daß man sich in der DDR auch der Kommunikationswissenschaft annimmt, beweist der Aufsatz: E. A. NOSCHIN „Zur Kommunikationstheorie...“ in: Rundfunk/Journalistik in Theorie und Praxis, 5. Jg. p. 45 ff. (1969)<sup>9)</sup>.

Im einfachen Kommunikationsmodell sind die folgenden Instanzen vorfindbar: Der Kommunikator, der die Verständigungssignale ausgibt, diese Verständigungssignale müssen so encoded sein, daß sie vom Rezipienten decoded werden können. Die Kommunikation vom Kommunikator zum Rezipienten ist beeinflusst vom sozial-kulturellen Umfeld von Kommunikator und Rezipient, von den opinion-leaders und gates-keepers, die Schlüssel- und Schaltpositionen wahrnehmen und von dem feed-back, das vom Rezipienten auf den Kommunikator wirkt. WILBUR SCHRAMM hat den Prozeß der Kommunikation auf die Etappen reduziert<sup>10)</sup>: Source → Encoder → Signal → Decoder → Destination und formuliert im Blick auf die Erfolgsbedingungen der Kommunikation:

1. The message must be so designed and delivered as to gain the attention of the intended destination,
2. The message must employ signs which refer to experience common to source and destination, so as to „get the meaning across“.
3. The message must arouse personality needs in the destination and suggest some ways to meet those needs.
4. The message must suggest a way to meet those needs which is appropriate to the group situation in which the destination finds himself at the time when he is moved to make the desired response.

Ausgehend von diesem kasuistisch verifizierten Modell sind seither die Instanzen der Kommunikation und die sich zwischen ihnen abspielenden Prozesse näher untersucht worden, wobei sich in jüngster Zeit die empirische Forschung insbesondere der Aussagen- und Wirkungsanalyse zugewandt hat<sup>11)</sup>.

## *II. Was kann die Kommunikationswissenschaft leisten, was hat sie geleistet*

Das veranlaßt die Frage danach, was die Kommunikationswissenschaft geleistet hat, was sie zu leisten imstande ist und wo sie ihre methodologischen Grenzen hat. Zunächst einmal hat die Kommunikationswissenschaft Modelle zur Verfügung gestellt, die für die Kommunikationsprozesse durchsichtig und den Kommunikationsfluß sichtbar machen. Die Theorienbildung, die durch empirische Arbeiten abgesichert wurde, hat differenzierte Untersuchungen gefördert und in ihrem methodischen Vorgehen verläßlich gemacht. Besonders im Bereich der Massenkommunikation sind Funktion und politisch-gesellschaftlicher Stellenwert des Kommunikators bestimmt worden, die Möglichkeiten der Diffusion, Persuasion und Prägung durch das Medium oder die Aussage sind zumindest in wichtigen Ausschnitten bewußt geworden<sup>12)</sup>, die Rolle des Rezipienten, seine Einstellungsänderungen durch Medieneinfluß z. B.<sup>13)</sup> sind verläßlich ermittelt worden, das Zusammenspiel von Massenkommunikation und face-to-face-Kommunikation sind seit Ithiel de Sola Pool<sup>14)</sup> genauer erkennbar und die Aussagenanalyse, hier vor allem die qualitative Inhaltsanalyse hat einen hohen Stand wissenschaftlicher Präzision

erreicht. Aber es gibt gleichzeitig eine Reihe von Kommunikationsphänomenen, die sich nicht, nur unzureichend oder nur mit erheblichem Zeitaufwand aufschließen lassen. So ist die qualitative Inhaltsanalyse, trotz der vielfach überzeugenden Propagandaforschung während des 2. Weltkrieges, der methodischen Unsicherheit noch nicht enthoben, da sprachwissenschaftliche Beurteilungskriterien<sup>15)</sup> ebenso fehlen wie die Beziehung der Semantik auf die Fragestellungen, die die Kommunikationsvorgänge bewirken<sup>16)</sup>. HANSJÖRG BESSLER hat jüngst die amerikanische Literatur zur qualitativen Inhaltsanalyse, die nicht erst seit CHARLES E. OSGOODS bahnbrechender „Evaluative Assertion Analyses“ (1956) reichlich fließt, aufgearbeitet und Techniken zur Analyse schriftsprachlicher Inhalte der Aussagen<sup>17)</sup> vorgeführt. Zu den Desiderata gehört u. a. auch die Aussagenanalyse bei der elektronisch hergestellten Kommunikation, also durch das Fernsehen, dessen Wort-Bild-Komposition trotz einiger Vorarbeiten von ALPHONS SILBERMANN bislang nicht bestimmbar ist; die Isolierung der beiden Elemente Wort und Bild zum Zwecke einer inhaltsanalytischen Klärung übersieht den eigentümlichen Wirkungszusammenhang<sup>18)</sup>. Die Wirkungsforschung, auch und gerade im Bereich der Massenkommunikation wird nur befördert werden, wenn sich an ihr die Sozialpsychologie beteiligt. Weitere Aufgaben für die Zukunft ließen sich aus dem Zusammenhang Kommunikation—Sprache, Kommunikation—Einstellungen, Kommunikation—Unterricht usw. herleiten. Die Kommunikationswissenschaft ist zunächst eine nachvollziehende Wissenschaft, sie beschreibt abgeschlossene oder noch nicht abgeschlossene Prozesse, sie mißt sie an den von ihr entwickelten Modellen, sie kann aber auch durch die Fülle des Materials und die damit zu verifizierenden Hypothesen zu einer Handlungswissenschaft mit Anweisungsscharakter werden, indem sie Kommunikationsprozesse plant, die Funktion und die Möglichkeiten des Kommunikators, die Gestalt der Aussage, die Erwartungen des Rezipienten usw. angibt und durch solche Planung des Kommunikationsflusses die Erfolgchancen der Kommunikation optimiert. Freilich ist die Kommunikationswissenschaft in der Bundesrepublik von einer solchen Orientierung im Sinne von Planungshilfe und Entscheidungsvorbereitung noch weit entfernt und Kommunikationsprozesse werden vielfach in Gang gesetzt ohne überhaupt die Diffusions- und Persuasionsmöglichkeiten zu erkennen.

### *III. Begegnung von Erziehungswissenschaft und Kommunikationswissenschaft*

Von diesen fraglos die Kommunikationswissenschaft kaum konturierenden Vorbemerkungen aus ist nun das derzeitige Verhältnis von Erziehungswissenschaft und Kommunikationswissenschaft zu beschreiben und anzugeben, wie beiden Disziplinen im Hinblick auf bildungspolitisch wirksame Innovationsprozesse zusammenwirken können. Beide Disziplinen sind einmal von den gewählten Forschungsgegenständen, aber auch von ihrem methodischen Vorgehen her getrennt. Die Erziehungswissenschaft ist nicht zuletzt durch ihr philosophisch-theologisches Herkommen in den Normenstreit des beginnenden 20. Jahrhunderts eingebunden, der

sie stark retrospektiv bestimmte. Der Historismus, die naturrechtliche Observanz, der aus unsicherem Selbstbewußtsein heraus formulierte Autonomieanspruch ist in der Erziehungswissenschaft zum Gegenstand von Kontroverspositionen zu einer Zeit geworden, da andere Disziplinen solche Auseinandersetzungen bereits weit hinter sich gelassen hatten. Von daher mag auch erklärbar werden, daß die Erziehungswissenschaft bis in die Gegenwart hinein der hermeneutischen Tradition verpflichtet scheint und sich des empirischen Vorgehens meist nur im rhetorischen Anspruch bemächtigt<sup>19)</sup>). Die Begegnung von Erziehungswissenschaft und Kommunikationswissenschaft wird dadurch erschwert, daß die Kommunikationswissenschaft methodisch sich der sozialwissenschaftlich-empirischen Verfahren bedient und normative Setzungen ausklammert, außer sie ergeben sich aus der Empirie<sup>20)</sup>. Daraus folgt, daß in dem Maße, in dem die Erziehungswissenschaft die Erziehungswirklichkeit empirisch zu bestimmen sucht, die Barrieren zwischen ihr und der Kommunikationswissenschaft abgebaut werden. Daneben gibt es aber bereits Ansätze zu einer Kooperation, so in den kybernetischen Modellen, in der Diskussion um die unterrichtliche Kommunikation und in der in Entwicklung befindlichen Medienerziehung. Freilich, in diesen Fällen beansprucht die Erziehungswissenschaft die Kommunikationswissenschaft als Hilfswissenschaft, um solchermaßen Unterrichtsgeschehen zu erklären oder neue Unterrichtsgegenstände zu rechtfertigen – wohl auch um einen Modernitätsrückstand zu überdecken. Die Pädagogik und die in der pädagogischen Öffentlichkeit vor sich gehenden Kommunikationsprozesse sind allerdings bislang noch kaum als Forschungsgegenstand in der Kommunikationswissenschaft gewählt worden. Wie überhaupt der Kommunikationsfluß innerhalb politischer, gesellschaftlicher oder wirtschaftlicher Gruppierungen nur selten und die transgradienten Kommunikationserscheinungen solch gruppenimmanenter Kommunikation überhaupt noch nicht untersucht wurden. Solche Untersuchungen könnten im pädagogischen Bereich, besonders hinsichtlich von Reformprozessen zu einer Verobjektivierung der Bewertungskriterien führen. Ob diese Neubestimmung der Pädagogik nach einer veränderten Nomenklatur verlangt, wie gelegentlich gemeint wird, halte ich für eine wenig belangvolle Frage. So wurde z. B. in Alpach formuliert: „Während die klassische Pädagogik (wir nennen sie – einer Anregung von K. WELTNER folgend – Pädagosophie) die zunächst intuitiv bewältigten pädagogischen Prozesse zu reflektieren forderte, zielt die kybernetische Pädagogik (Pädagogistik) auf die Objektivierung pädagogischer Prozesse . . .“<sup>21)</sup>.

Nun muß allerdings auch eingeräumt werden, daß sich die Erziehungswissenschaft sowohl hinsichtlich der von ihr behandelten Gegenstände wie auch ihres methodischen Vorgehens in einer Transformationsphase befindet, die u. a. dadurch gekennzeichnet ist, daß sie bislang vernachlässigte Themen aus der Bildungs- und Kulturpolitik aufgreift und damit den öffentlichen, gesellschaftsdienlichen Stellenwert<sup>22)</sup> der Erziehungswissenschaft bewußt macht. Die Erziehungswissenschaft setzt sich solchermaßen – um im Sprachgebrauch LEOPOLD v. WIESES zu reden<sup>23)</sup> – von ihrer vorrangig solitären Einstellung frei und versteht sich soziabel. „Wissenschaft und Öffentlichkeit“<sup>24)</sup> „Erziehungswissenschaft und Bildungspolitik“ sind Objekte des derzeitigen erziehungswissenschaftlichen Interesses. Dahinzu treten Arbeiten, die die strukturellen Innovationen ebenso bedenken wie die sich aus

lerntheoretischen Einsichten ergebenden methodisch-didaktischen Zwänge. Ich nenne nur einige der hierher gehörenden Chiffren: Gesamtschule, Oberstufenkolleg, universitäre Studien, Kreativitätsforschung<sup>25)</sup>, multi-media approach durch audio-visual-aids, Zielprojektionen, erziehungswissenschaftlicher Futurologie. Gerade diese Themen machen deutlich, daß ihre sachgerechte Behandlung nicht von der Erziehungswissenschaft allein geleistet werden kann und daß die Kooperation hier mehr zu sein hat als nur eine rhetorische Leerformel. Der Bereich der Bildungspolitik ist vermutlich nur mit Hilfe einer auf erziehungswissenschaftliche Fragestellungen hin funktionierten Kommunikationswissenschaft darzustellen, wenn solche Darstellung mehr beabsichtigt als nur Phänomenologie, Zustandsschilderung. Die hier in die Betrachtung geratenen Vokabeln wie Öffentlichkeit, bildungspolitische Kommunikation, Intensität der Aussage sind von der Kommunikationswissenschaft weitgehend definiert und die Kommunikationswissenschaft stellt auch die Operationsverfahren zur quantitativen und qualitativen Bestimmung der pädagogisch-bildungspolitischen Kommunikation zur Verfügung<sup>26)</sup>. Darüber hinaus – dieser Aspekt war bereits erwähnt – kann die Kommunikationswissenschaft die zu Isolierung neigenden Oligarchisierungstendenzen in der politisch-administrativen Kommunikation aufdecken und durch solchermaßen hergestellte Transparenz der pädagogisch-öffentlichen Meinung mehr Einfluß- und Korrektivmöglichkeiten einräumen. Auf diesen Sachverhalt hat im deutschen Sprachraum – wie ich sehe – wohl als einziger HORST REIMANN<sup>27)</sup> aufmerksam gemacht.

#### *IV. Konstruktion eines Reformprozesses zur Verdeutlichung des Kommunikationsmodells*

Ausgehend von der These, daß bei der Klärung der Prozesse innerhalb der pädagogischen Öffentlichkeit die Kommunikationswissenschaft methodisch wie auch inhaltlich zu beteiligen sei, wollen wir nachfolgend die mit Reformprozessen verbundenen Zielvorstellungen, Prämissen und Fragen nach den beteiligten Faktoren und deren Interdependenzen erörtern<sup>28)</sup>. Hierzu merkt WALTER HASELOFF allgemein an: „In der Öffentlichkeit finden insbesondere zwei Formen der Kommunikation erhöhte Beachtung und sind demgemäß auch verstärkt der kritischen Diskussion ausgesetzt: die politische Kommunikation, deren zentrales Ziel die Änderung oder Stabilisierung von Meinungen und Einstellungen zugunsten einer politischen oder gesellschaftlichen Interessengruppe ist und die werbliche Kommunikation wirtschaftlicher Unternehmen, die darauf abzielt, Meinungen und Konsumhaltungen bei den Adressaten aufzubauen, die den Absatz ihrer jeweiligen Produkte sichern oder erweitern. Diese beiden Sozialtechniken sind heute Gegenstand einer ideologisch-motivierten Kritik, der es um das Problem der ‚Zulässigkeit‘ der Manipulation geht“<sup>29)</sup>. Ich darf unser Vorgehen in Stichworten erläutern: Unter Zielvorstellungen verstehe ich den Wunsch des Kommunikators, pädagogische Innovationen durch Information einem möglichst großen Rezipientenkreis zur Kenntnis zu bringen, wobei die Beziehungen und Abhängigkeiten zwischen der Binnenkommu-

nikation in Subsystemen (Schulverwaltung, Kultusverwaltung, Verbände) und der transgredienten, nicht-gruppenimmanenten Kommunikation eine wichtige Rolle spielen. Zu den Prämissen gehören jene Instanzen und Vorgänge im Kommunikationsfluß, die Reformen befördern, hemmen, verzögern, die also im Sinne von opinion-leaders oder gate-keepers wirken. Fragen, die die Kommunikationsprozesse auslösen, zielen auf quantitative und qualitative Probleme, z. B. Menge und Qualität der Kommunikatoren, Rezipienten, Medien, Kanäle, Verständigungssignale, Art der Kommunikationsmuster (Befehlsstruktur) usw. Um Kommunikationsprozesse hinsichtlich ihrer Diffusion, Persuasion, Adäquanz beurteilen zu können, sind einige allgemein ermittelte Tatbestände, die in der Regel aus der Massenkommunikation hergeleitet sind, voranzustellen. Für unseren Zusammenhang ist der Begriff der „pädagogischen Öffentlichkeit“ näher zu bestimmen, wobei wir auf die darüber hinausgehende „Öffentlichkeits“-Diskussion verzichten. Pädagogische Öffentlichkeit meint zunächst in einem engeren Sinne jene sich in Subsystemen der Bildungspolitik manifestierende Öffentlichkeit, die durch Sachverstand, Beruf oder Mandat ausgezeichnet ist — also die Administration, die politischen Entscheidungsgremien, die Lehrer und Verbandsvertreter. Zu dem weiteren Begriff von pädagogischer Öffentlichkeit zählen die von den Binnenkommunikationsprozessen Betroffenen oder an ihnen Interessierten, also die Eltern, die Kommunikatoren der Massenmedien, die durch ihre feed-back-Wirkung wiederum die Binnenkommunikation beeinflussen. Da pädagogische Öffentlichkeit in dem von uns bezeichneten engeren und weiteren Sinn aufeinander bezogen sind, ist es schwierig, im Einzelfall den Kommunikationsfluß nachzuzeichnen. Es kommt hinzu, daß einzelne Etappen der Kommunikation, etwa das nicht aufgezeichnete Expertengespräch nicht mehr eindeutig verifizierbar sind und daß in den Massenmedien sich die bildungspolitische Kommunikation in der Regel nur in der punktuellen Nachricht widerspiegelt. HERTA STURM hat diese Eingrenzung, die sich auch bei uns in eigenen inhaltsanalytischen Untersuchungen, die demnächst veröffentlicht werden, bestätigt haben<sup>30)</sup>, an Beispielen aus Hörfunk und Fernsehen illustriert. Sie formuliert allgemein: . . . ist zu beachten, daß der an die Angebote der Massenmedien gebundene Kommunikationsvorgang sich stets in kurzen, überschaubaren und damit befristeten Zeiträumen vollzieht. Der Grund dafür ist vor allem darin zu sehen, daß Kommunikation über Angebote der Massenmedien nur möglich ist, wenn bestimmte Angebote gleichzeitig (so bei Rundfunk und Fernsehen) oder innerhalb einer kurzen Zeitspanne (so bei den Tageszeitungen) angenommen werden. Diese Einsicht hat weitreichende Konsequenzen. Sie bedeutet, daß allen Erscheinungen der heutigen Massenkommunikation Merkmale des aktuellen Bezugs anhaften. Der Inhalt des Angebots ist dabei gleichgültig: auch historische Beiträge verlangen die kurzfristige Aufnahme durch die Empfängerschaft und gewinnen auf diese Weise Aktualität. Es ist wichtig, diesen Vorgang klar zu erkennen. Er erklärt, warum Darbietungen der Massenkommunikationsmittel nur kurzfristig im allgemeinen Bewußtsein bleiben und so nur Gegenstand einer zeitlich begrenzten Kommunikation sein können — zum ständigen Leidwesen der Programmgestalter“<sup>31)</sup>.

Daraus ergibt sich, daß die kulturpolitische Nachricht in den Massenmedien in der Regel am Ende des Kommunikationsprozesses steht und Rückschlüsse auf

diesen kaum zuläßt. Um den Kommunikationsfluß rekonstruieren zu können, müssen vor allem jene Materialien inhaltsanalytisch untersucht werden, die die kulturpolitische Nachricht vorbereitet haben, also das Schrifttum der Expertengremien, die Referentenentwürfe, die Diskussionen in der Fachpresse, die Äußerungen der Ständesvertretungen, also auch jene Mikrodokumentationen, deren sich die Zeitgeistforschung – freilich methodisch nicht besonders überzeugend – angenommen hat<sup>32)</sup>. Daneben bleibt freilich zu bedenken, daß – unabhängig von dem Sachverhalt, daß die kulturpolitische Nachricht den End- und Kulminationspunkt der Kommunikation bezeichnet – die sich in der Publizistik artikulierende weitere Öffentlichkeit als opinion-leaders oder gate-keepers pädagogische Innovationen fördert oder hemmt. In Abhebung von den Steuerungsmechanismen im Autoritätsstaat formuliert HAGEMANN: „Im pluralistischen Staat gilt die Publizistik als die legitime Mitarbeiterin und Kritikerin der Staatsregierung, der politischen Gruppen, der Behörden und selbst der Diplomatie. Gegen diese Allgegenwärtigkeit der Publizistik haben sich die Behörden und politischen Gruppen oft leidenschaftlich zur Wehr gesetzt. Es gibt Probleme, die zwar öffentliche Angelegenheiten sind, deren unzulängliche oder vorzeitige Aussage aber notwendige Entwicklungen stören oder wichtige Beschlußfassungen unter den Druck der ‚Öffentlichen Meinung‘ setzen würde. So herrscht im pluralistischen Staat ein latenter Kampf um die Grenzen der Publizität, dessen Ausgang sich nach den Stärkeverhältnissen zwischen den politischen Faktoren und den publizistischen Organen zu entscheiden pflegt. Im Staatswesen dieser Art werden Minister, Beamte, Parteiführer, Parlamentarier bei allen Kundgebungen sorgfältig auf die publizistische Wirkung ihrer Aussagen achten, der Publizist wird selbst zum Politiker, indem er auf die Öffentlichkeit durch seine Aussage einwirkt oder sich zum Sprachrohr der ‚Öffentlichen Meinung‘, d. h. einer in der Öffentlichkeit verbreiteten Meinung macht“<sup>33)</sup>.

In der Publizistikwissenschaft und in dem mit ihr verbundenen Presserecht besteht Einigkeit darüber, daß sich aus der Funktion der Medien als „Gesprächsanwalt der Öffentlichkeit“ eine rechtlich normierbare „öffentliche Aufgabe“ herleitet<sup>34)</sup>, die u. a. auch durch die in den Landespressegesetzen festgelegte „publizistische Auskunftspflicht“<sup>35)</sup> ausgedrückt wird.

Zu den anzugebenden Voraussetzungen gehören auch jene allgemeinen Sätze über die Instanzen und Faktoren der Kommunikationsprozesse, die aus empirischen Untersuchungen hergeleitet sind und deren Übertragung und Anwendung auf unseren Spezialfall zulässig erscheint. Der Prozeß der Kommunikation in seinen Hauptphasen dürfte als geklärt angesehen werden. Eine instruktive Zusammenfassung gibt der Chairman of the Department of Communication der Michigan State University DAVID K. BERLO<sup>36)</sup>. Mehr ins Detail dringt die Darstellung von RAYMOND A. BAUER, in dem von DEXTER und WHITE edierten Sammelband *People, Society and Mass Communication*<sup>37)</sup>, der das Verhältnis Kommunikator–Rezipient insbesondere im Hinblick auf das feed-back mit folgenden Setzungen charakterisiert: „Images of audiences, both real and imaginary external and internal, affect the way in which we organize and retain information and what we believe; the audience often commits the speaker to a public position to which he may subse-

quently accommodate his private belief; and finally, one seldom has in mind a single audience, and secondary, referencegroup audiences may often exert the determining influence in the organization and retention of information, as well as in the flow of communication. In the simplest words, the communicator may actually be addressing himself to someone other than the manifest audience" <sup>38)</sup>).

KLAPPER und KATZ <sup>39)</sup> haben, ausgehend von solchen verifizierten Thesen, die möglichen Techniken der Durchsetzung im Blick und betonen den handlungswissenschaftlichen Aspekt der Kommunikationswissenschaft. Insbesondere KATZ hat der Diffusionsforschung wesentliche Anstöße <sup>40)</sup> und damit auch hierzulande Anregungen für eine Wirkungsforschung gegeben. Nahezu alle Kommunikationswissenschaftler suchen die Beeinflussungsmöglichkeiten, -chancen und -kriterien zu bestimmen, allerdings sind die Kommunikationsbarrieren offenbar leichter zu lokalisieren als die Stellenwerte der opinion-leaders im Kommunikationsfluß anzugeben sind. KATZ und LAZARSFELD haben bereits 1955 in der sog. Decatur-Studie <sup>41)</sup> die Beeinflussungen im überschaubaren Raum untersucht und bei einem Sample von 800 Frauen in Decatur/Illinois schon damals ermittelt, daß die opinion-leaders in der Mehrzahl (zu 51 %) außerhalb des Familienverbandes gewählt und akzeptiert werden und das trotz der Einschränkung: „Our interviewers were instructed to make sure that the respondent named only persons with whom they actually had some sort of face-to-face contact, not persons whom they knew only because of their prominent position in the public life of the city“.

Für diesen Fall leuchtet die Schlußfolgerung ein: „It seems to us that questions concerning recent, recollectable incidents of influence exchange, and the specific influentials involved therein present the most promising prospect for the study of opinion leadership. It may even be - though this is simply speculative - that actual influence itself derives often from the compromise between higher estimations and easier accessibility. High estimations of someone's competence and trustworthiness make that person more likely to influence, but since such persons are often not accessible, their potential may not fully be realized. The more easily accessible persons in the immediate environment may thus often be able to exert influence simply because they are on hand when the ripe moment for change occurs. If this is the case, the specific influence type of question seems more promising as a criterion for opinion leadership" <sup>42)</sup>).

Allerdings weisen die Autoren auch darauf hin, daß die Ergebnisse über die Funktion und die Merkmale des opinion-leader im überschaubaren Raum und im Hinblick auf Themen mehr alltäglicher Natur nicht übertragbar sind auf die Beeinflussungsprozesse in politischen, kommunal- und bildungspolitischen Bereichen. Hier gilt: „The typical public affairs leader, then, is quite different from opinion leaders in the arenas of marketing or fashions. Lifecycle type, which was so important in both those areas, makes only a little difference here in the incidence of opinion leadership except on the low status level. On the other hand, social status — which was only remotely related to marketing leadership and somewhat deviously to leadership in fashions — plays a very much more important role in public affairs leadership. Better educated, wealthier women — that is, women of higher



status, no matter what their life-cycle position — seem to move in a climate which promotes greater participation in public affairs. The flow of influence, too, seems to move often from higher to lower status people than vice versa. Much of the explanation for the greater incidence of public affairs leaders among higher status women is that they are also relatively more free from household responsibility. And although the effect of status can still be seen even when gregariousness is held constant, gregariousness, it must be noted, is the stronger of the two factors and seems to be the major key to leadership in public affairs“<sup>43)</sup>).

Wir werden auf diesen Sachverhalt noch genauer zurückkommen.

### V. Massenkommunikation und Prägung

Wir haben bereits betont, daß die Beschreibung von Kommunikationsprozessen innerhalb der Massenkommunikation leichter gelingt als die Bestimmung der Binnenkommunikation zwischen Subsystemen. Wollte man den Kommunikationsfluß außerhalb der Massenkommunikation nachzeichnen, so wäre das nur möglich im lokalen, überschaubaren Verbund, in dem sich die divergierenden und kongruenten Kommunikationsvorgänge isolieren lassen. Mit den gegenwärtig verfügbaren Instrumentarien erscheint es mir unmöglich, ein lückenloses Bild von Kommunikationsprozessen zu entwerfen — etwa von der Initiative bis zur Realisierung einer pädagogischen Innovation von überregionaler Relevanz. Demgegenüber läßt sich angeben, welche Chancen die Massenkommunikation zur Durchsetzung von Veränderungen hat. Zunächst einige Vorbemerkungen, die der von der Publizistikwissenschaft zur Verfügung gestellten Tatbestandsschilderung entnommen sind:

1. Die Massenmedien und damit auch die Massenkommunikationsmittel haben die Informationen weithin demokratisiert, d. h. allen zugänglich gemacht und aktualisiert<sup>44)</sup>.

2. Die Informationsfreudigkeit ist vermutlich zu keiner Zeit größer gewesen als gegenwärtig. Zumal die in der Bochumer Untersuchung „Jugend und Kulturpolitik“<sup>45)</sup> ermittelten Daten das für jugendliche Medienkonsumenten nachweisen. Während Hörfunk und Kinobesuch — mit Ausnahmen bei den erotischen und Experimentalfilmen — in ihrem Aufmerksamkeitseffekt nachlassen — nimmt trotz, zum Teil auch wegen des Fernsehens der gleichzeitige Pressekonsum zu. Allerdings überwiegen die ausschließlichen Ein-Blatt-Leser<sup>46)</sup>.

3. Die Visualisierung und Habitualisierung, die dem Fernsehen zugeschrieben werden, wirken nicht in dem vermuteten Ausmaß. Dabei scheint die Habitualisierung bei intensivem Fernsehkonsum offenbar stärker als die Visualisierung.

4. Durch das Übermaß des Informationsangebots, das zudem nicht funktionsbezogen dargeboten wird, müssen komplizierte Sachverhalte auf ihre konstitutiven Grundtatbestände reduziert werden. Die Sprache der Massenkommunikation, zumal die der massenhaft verbreiteten Tageszeitung neigt zu einem appellativen Charakter (HAACKE)<sup>47)</sup>.

5. Obwohl HÜTHERS Schlußfolgerung zuzustimmen ist, „daß sich in den Meinungen und im Konsumverhalten des Publikums Presse, Rundfunk und Fernsehen nicht als konkurrierende Medien darstellen“<sup>48)</sup>, so wird das Informationsangebot doch unter je verschiedenen Konsumperspektiven in Anspruch genommen. Das Fernsehen gilt im Bereich der Information gleichsam als neutrale, aktualitätsbezogene Umsetzungsinstanz des Tagesgeschehens, während in der Zeitung die kommentierende, Hintergründe aufdeckende Klärung gesucht wird; der Hörfunk wiederum wird als Informations- und Unterhaltungsmedium solange benutzt, als er andere Tätigkeiten nicht beeinträchtigt. Daß hier Fehleinschätzungen im Spiel sind, ist offenkundig. Übrigens, die kommentierenden, räsonnierenden oder polemisierenden Magazinsendungen im Fernsehen werden vom Konsumenten nicht als ein integrierter Bestandteil, sondern als eine Veranstaltung mit Ausnahmecharakter empfunden.

6. Kulturpolitische, bildungspolitische, erziehungswissenschaftliche, für die Praxis relevante Themen und Informationen werden im Medienkonsum unterschiedlich eingestuft. Beim Hörfunk ist das Interesse der Konsumenten an diesen Themen größer als beim Fernsehen, wo die gefällige Unterhaltung eine eindeutige Vorrangstellung einnimmt<sup>49)</sup>. Die Tageszeitungen, zumal aber die größere Bezüge freilegenden Wochenzeitschriften widmen bildungspolitischen Informationen einen zunehmend größeren Raum; ob der Konsum mit dieser Tendenz korrespondiert, ist nicht eindeutig festgestellt<sup>50)</sup>.

7. Bildungspolitische Informationen sind aus Gründen ihrer „Unanschaulichkeit“ medienspezifisch eher in Tageszeitungen und Hörfunk anzutreffen und auch sachgerechter darzustellen als im Fernsehen<sup>51)</sup>.

8. Die bisherigen Konzentrationserscheinungen im Pressewesen, die übrigens hinsichtlich der Attitüdenveränderung bei Konsumenten weniger bedrohlich sind als hinsichtlich der wirtschaftlichen Auswirkungen auf dem Anzeigenmarkt, haben bislang außer in den großstädtischen Ballungsräumen Hamburg und Berlin nicht jenes Maß erreicht, das es erlaubt, von einer Einengung der Informationsmöglichkeiten zu sprechen. Gegenüber der überregionalen Konzentration werden meist die regionalen Konzentrationstendenzen übersehen. Die regionalen Konzentrationen sind aber nicht minder bedrohlich, da durch sie in einer Region konkurrierende, lokale Berichterstattungen ausgeschaltet werden können, für die weder das Fernsehen noch der Hörfunk Ersatz leisten können.

Wir haben diese Aspekte hier etwas ausführlicher dargestellt<sup>52)</sup>, weil die gegenwärtige Verfassung der Massenmedien und die Konsumgewohnheiten der Leser, Hörer und Seher meist nur im verkürzenden Klischee dargestellt werden. Freilich hätten noch weitere Gesichtspunkte beigebracht werden können. Es geht uns zunächst darum, deutlich zu machen, welchen Rang die Kommunikatoren der Bildungspolitik zuweisen, in welcher Intensität die Rezipienten auf dieses Angebot reagieren und wie das Informationsangebot sprachlich encoded wird.

Im Zusammenhang unseres Themas erschien uns die Frage bedeutsam: wie können Massenmedien beeinflussen, prägen, Einstellungen verändern oder gar

manipulieren? Konkret hieße die Frage: welchen Beitrag können die Massenmedien zur Durchsetzung von Reformprozessen leisten. Darauf läßt sich zunächst eine einfache Antwort geben: indem sie Informationen zur Verfügung stellen, Argumente ausbreiten, die positiven und negativen Einwürfe kommentierend bedenken. Aber die Fragen reichen tiefer und die Antworten müssen weiter ausgreifen, wobei wir die Manipulation hier außer acht lassen wollen, da die Methoden und Formen der Manipulation nicht einwandfrei erforscht und darstellbar sind, die von leichter Hand formulierten Hinweise von HENTIG vermögen hier nicht zu überzeugen<sup>53</sup>); die aseptische, nicht-subjektive Information ist in den Massenmedien allenfalls in den „amtlichen Teilen“ anzutreffen.

Wir gehen aus von der durch Kommunikation hergestellten Gruppendynamik<sup>54</sup>), von der aus zunächst die Vermutung unterstützt werden könnte, daß die „Masse“ auf stimuli gruppenkonform reagiere. IRLE hat unter Hinweis auf SHERIFS Experimente zum autokinetischen Effekt (Wahrnehmungsurteile über die Bewegung eines Lichtpunktes) das dabei sichtbar gewordene Gruppenverhalten mit dem Begriff ‚transitorische soziale Situation‘ belegt und gefolgert „Wir wollen es als gegeben hinnehmen, ohne die vielen nachdrücklichen empirischen Erweise dafür anzuführen, daß Gruppen dazu tendieren, einen Druck zur Konformität der Urteile und Verhaltensmuster auf ihre Mitglieder auszuüben“<sup>55</sup>). IRLE befindet sich bei diesem Schluß in Übereinstimmung mit LEON FESTINGER. Von daher kann zunächst allgemein festgestellt werden, daß die Gruppendynamik aufgrund von stimuli zu Gruppenkonformität im Bereich der *Wahrnehmung* führt oder anders gesagt, die Binnenprozesse in transitorischen sozialen Gruppen können eine Konvergenz in den Wahrnehmungen bewirken. Es verbietet sich indes, diesen Sachverhalt als Beweis zu nehmen für eine mögliche Gruppenkonformität, die durch die stimuli der Massenmedien bewirkt werden könne, zumal die hier gemeinte Gruppenkonformität sich auf Wahrnehmungen und nicht auf *Einstellungen* bezieht. Es darf demgegenüber festgehalten werden, daß alle Autoren sich einig darüber sind, daß in populären Darstellungen die Einflußmöglichkeiten der Massenmedien maßlos übertrieben werden und daß empirische Erhebungen dem eindeutig widersprechen. Dazu einige Belege: L. JANIS, der sich u. a. auf KLAPPERS, inzwischen zum Standardwerk avancierte Untersuchung „The Effects of Mass Communication“ bezieht<sup>56</sup>), formuliert die vorliegenden Ergebnisse summierend: „Ein Überblick über das in relevanten Forschungsstudien angehäufte Beweismaterial zeigt, daß die Massenkommunikation selten markante Änderungen der sozialen Attitüden oder Handlungen verursacht . . . und die geringfügigen Wirkungen von Presse, Film, Rundfunk und Fernsehprogrammen sind in der Regel auf das Reinforcement schon bestehender Überzeugungen und Werte des Publikums begrenzt. Kampagnen, die Menschen zu einer Änderung ihrer normativen Wertsysteme bewegen, soziale Stereotypen modifizieren oder neue politische Ideologien unterstützen sollen, mobilisieren im allgemeinen starke Resistenz in der Öffentlichkeit. Diese Resistenz ist nach den mit genauen Belegen ausgestatteten Darstellungen zahlreicher Forscher so stabil, daß man „erfolgreiche Persuasion“ durch Massenmedien als ein relativ selten auftretendes soziologisches Phänomen kennzeichnen kann“<sup>57</sup>).

JANIS hat sodann ebenfalls in Übereinstimmung mit allen seriös zu nennenden kommunikationswissenschaftlichen Arbeiten wiederholt mit Nachdruck betont, daß sich die Wirkung der Massenmedien im wesentlichen auf das Reinforcement beschränke, d. h. auf die Bestätigung oder Verstärkung bestehender Überzeugungen. Auch jene Autoren, die sich vornehmlich mit *persuasive Communication* <sup>58)</sup> beschäftigen, bekräftigen im wesentlichen diese These. Natürlich gibt es Regulative mittels deren eine Kommunikation eine anhaltende Attitüdenänderung erzeugen kann, vorausgesetzt, für die Attitüdenänderung liegt eine gewisse latente Prädisposition vor.

Hierher gehört der „two-step flow of Communication“ <sup>59)</sup>, bei dem die öffentliche Kommunikation durch eine face-to-face Kommunikation intensiviert wird, hierher gehört auch der Prestige- und der sleeper-Effekt <sup>60)</sup>. JANIS hat allerdings neben die Techniken zur Wirkungssteigerung persuasiver Kommunikation auch die Resistenz- und Immunisierungserscheinungen gestellt, die eine — wie hier bezeichnet — Gegenkommunikation bewirken können. Aber auch diese Gegenkommunikation kann dadurch beeinträchtigt werden, daß man die Argumente in der Reihe Klimax und Antiklimax anordnet <sup>61)</sup>. Von der Erörterung dieser Techniken und Antitechniken her stellt sich für JANIS die Kommunikationswissenschaft als Handlungswissenschaft dar, mit deren Hilfe es gelingen wird, die Dimensionen persuasiver Kommunikation differenzierter darzustellen. „Ausschlaggebend ist, daß wir heute ein Stadium in der soziopsychologischen Forschung erreicht haben, das mit Hilfe von systematischen Studien relevante und zuständig zunehmende Erkenntnisse über die Bedingungen ermöglicht, unter denen persuasive Kommunikation erfolgreich oder erfolglos ist. Da in dem immer größer werdenden Feld der Kommunikationsforschung auch neue Techniken und Methoden angewandt werden, können wir für die Zukunft ein vollständigeres Verzeichnis der Bedingungen erwarten, unter denen Kommunikation zur Änderung menschlicher Einstellungen und Entscheidungen führte“ <sup>62)</sup>.

Trotz dieser prognostischen Mutmaßung bleibt insgesamt der Satz stehen: Die Wirkung der Massenmedien hinsichtlich Prägung oder Einstellungsveränderungen sind gering, die Wirkung besteht vorrangig im Reinforcement bestehender Einstellungen, sie ist auf kognitive Konsonanz angelegt. Dieser Satz gilt im wesentlichen für die politische Kommunikation, er gilt nicht in gleicher Eindeutigkeit für den werblichen Bereich <sup>63)</sup>. Wir werden auf diesen Sachverhalt noch eingehen. Nur noch einige den Satz bestätigende Äußerungen. Hinsichtlich der Wirkungs- und Beeinflussungsmöglichkeiten erweisen sich auch deutsche Publikationen zurückhaltend, so MALETZKE, HERTA STURM und die Bearbeiter von HAGEMANNS „Grundzüge der Publizistik“ <sup>64)</sup>, die die methodischen Schwierigkeiten der Wirkungsforschung hervorheben. Im Grunde reduzieren sich auch differenziertere Untersuchungen auf BERELSONS vage Äußerung von 1948 „some kinds of Communication have some kinds of effects“ und auf POOLS knappe und fast apodiktische Ausführungen über „Disillusionnement with Mass Media“ <sup>65)</sup>. Die von HOVLAND und JANIS offerierte Rangreihenfolge führt indes weiter, „that persuasive effects can be looked at as stemming always from attitude change, which leads to opinion changes, perception

changes, affect changes, and action changes“<sup>66</sup>). Mir scheint die Abhebung von „attitude change“ und „opinion change“ in der Tat hilfreich: „We use the term ‚attitude change‘ when there are clearcut indications that the recipient has internalized a valuational message, as evidenced by the fact that the person’s perceptions, affects, and overt actions, as well as his verbalized judgments, are discernibly changed. When there is evidence of a genuine change in a verbalized belief or value judgment, we use the term ‚opinion change‘, which usually constitutes one component of attitude change“<sup>67</sup>).

In diesem Zusammenhang möchte ich letztlich noch die Behauptung ansprechen, daß die Beeinflussung im Sinne von Leitbildvorstellungen und Nachahmungen – insbesondere durch das Fernsehen bei Jugendlichen – erheblich sei, und daß sich Fernsehkonsum und Jugendkriminalität in nachweislichen Proportionen befänden. Die Untersuchungen von KLAPPER über „The Effects of Crime and Violence in the Media“<sup>68</sup>) und die von ABELSOHN und LESSER<sup>69</sup>) haben inzwischen zumindest in der kommunikationswissenschaftlichen Diskussion eine sachgerechtere Gesprächsgrundlage hergestellt.

#### *VI. Konstruktion eines Reformprozesses zur Verdeutlichung des Kommunikationsmodells*

Wir wenden die allgemeinen Aussagen über Effizien, Prägung und Einstellungsveränderungen auf den politischen Bereich an. Bedeutet die ermittelte Desillusionierung über die Wirkung der Massenmedien, daß die Massenkommunikation auch im politischen Feld im wesentlichen die Funktion des Reinforcements versieht? Diese Frage ist um so berechtigter, als es offenbar eine Reihe von Beispielen gibt, aus denen sich eine publizistisch bewirkte Emotionalisierung ablesen läßt oder auf stärkere Entschluß- und Entscheidungsfreudigkeit. Für die eminente, politisch virulente Beeinflussungsmöglichkeit wird als Paradebeispiel immer wieder der Wahlkampf KENNEDY–NIXON bemüht. Die Fernsehpressekonzferenzen und die dabei sichtbare theoretische Überlegenheit KENNEDYS habe – so wird gesagt – letztlich den hauchdünnen Wahlsieg begründet. Dazu ist zunächst zu sagen, daß das Medium Fernsehen hinsichtlich seiner persuasiven Kommunikationsmöglichkeiten fraglos allen anderen Medien überlegen ist und durch die optisch-akustische Kopplung einen höheren Grad von Authentizität vermuten läßt. HERTA STURM hat die Bewertungsindices, die Zuschauerzahlen nach jeder der 4 Debatten summiert und dabei ermittelt, daß die Zustimmung für KENNEDY und NIXON nach den einzelnen Debatten keineswegs dem Wählerverhalten entsprach: „Wenn alle Fernsehteilnehmer, die KENNEDY als Sieger der Fernsehdebatten bewertet hatten, ihm ihre Wahlstimme gegeben hätten, dann wäre KENNEDY als klarer Sieger aus dem Wahlkampf hervorgegangen. Die Wähler haben das nicht getan. Auf der anderen Seite bestehen sicherlich alle Behauptungen zu Recht die besagen, daß KENNEDY ohne die Fernsehdebatten kaum eine Chance des Gewinns gehabt hätte“<sup>70</sup>). Also auch in der

personalisierten Auseinandersetzung — deren Wirkung in der Regel größer ist als die nicht-personalisierte — hat die Massenkommunikation nur eine begrenzte Möglichkeit grundsätzlicher Einstellungsveränderungen herbeizuführen. Allerdings können mit den Mitteln der Massenkommunikation, vor allem durch Argumentationsausbreitung nach Klimax und Antiklimax<sup>71)</sup>, vorhandene Einstellungen gefestigt oder latente Präferenzen zu bewußten Einstellungen gemacht werden. Dafür lassen sich auch in der Kommunikationspolitik autoritärer Staaten, aber auch in der demokratischen Regierungspraxis genug Beispiele benennen<sup>72)</sup>. Die hohe ideologieverfestigende Wirkung der Massenmedien in der DDR ist jüngst durch JÜRGEN HÜTHER nachgewiesen worden; die Interdependenzen von Medien und Institutionen sichern dort ein „Höchstmaß an ideologischer Beeinflussung“. Trotz der hier kenntlich gemachten Zurückhaltung gegenüber Überschätzungen und übersteigerten Mutmaßungen muß der politisch-publizistischen Massenkommunikation gewiß ein wichtiger Störungsmechanismus zugeschrieben werden. Sympathien werden durch prononcierte Berichterstattung mit positiv kommentierendem Charakter sicher gefestigt, die subjektive Auswahl, Placierung, der Umfang und die Bebilderung fördern die Absichten des Kommunikators, die allerdings nicht den Erwartungshaltungen und dem Erwartungsspielraum des Rezipienten konträr entgegenstehen dürfen. Der Kommunikator kann Sympathien oder Antipathien nicht provozieren, wenn entsprechende Prädispositionen bei Rezipienten nicht vorhanden sind. Er kann aber in politischen Sachfragen durch die Anordnung der Argumente, durch das Aufweisen der Konträrpositionen, durch Betonungen und Auslassungen, Entscheidungen regulieren<sup>73)</sup>. Angesichts dieses Sachverhalts taucht die besorgte Frage auf: „Werden wir richtig informiert?“<sup>74)</sup>, auf die THEODOR ESCHENBURG eine ausgewogene Antwort gegeben hat: „Trotz allem sind auch diese Manipulierungsmöglichkeiten begrenzt. Denn neben der Presse als Kontrollinstanz rivalisieren im Staat die großen politischen Institutionen miteinander, Regierung und Regierungsparteien auf der einen Seite, die Opposition auf der anderen Seite, und schließlich mit der einen oder anderen Seite oder ganz für sich die Verbände. So tritt zu der externen Kontrolle der Presse eine intere Kontrolle der Informierenden aus erster Hand. Ein großer Teil der Informationen, die uns erreichen, sind Informationen aus zweiter Hand. Hier handelt es sich um Nachrichten der Presse auf Grund etwas von ihr Gesehenem und Gedeutetem. Diese Informationen haben nicht die gleiche Bedeutung wie diejenigen aus erster Hand, spielen aber doch eine beträchtliche Rolle im Rahmen der gesamten Informationen. Soweit es sich bei diesen Nachrichten aus zweiter Hand um den Versuch einer Deutung optima fide, d. h. besten Glaubens handelt, wird man grundsätzlich nichts dagegen einwenden können, obwohl selbstverständlich hier Irrtümer verbreitet werden können. Man sieht ja auch im privaten Leben eine Reihe von Dingen unter den verschiedensten Aspekten. Anders aber ist es, wenn der Journalist seine Information unter dem Aspekt der Wirkung auf den Leser zurechtmacht. Ich möchte dies die Nachricht für die Sensationspresse nennen. Hier können ernste Gefahren liegen. Solange die seriöse Presse überwiegt und solange die Sensationspresse als das gilt, was sie ist, nämlich eine Amüsierpresse, die nicht ernst genommen zu werden verdient, ist diese Gefahr jedoch nicht vorhanden“<sup>75)</sup>.

Neben diesen vorsätzlichen auf die Sensation zugeschnittenen Verkürzungen gibt es natürlich das, was man gelegentlich die Kompliziertheitszensur genannt hat. Da die Sachverhalte — und das gilt für die bildungspolitischen Reformprozesse insonderheit — so kompliziert sind, daß sie in einem kürzeren Beitrag nicht erläutert werden können, läßt man den Gegenstand besser gleich ganz unberücksichtigt. Das gilt etwa für die Gesamtschule und Gesamthochschule, die in der Tagespresse immer so offeriert werden, als bestünde ein Konsensus über Struktur und Inhalt; das strukturelle System einer Gesamtschule ist aber so differenziert, daß sich schon eine knappe Skizzierung in der Tagespresse verbietet. Und trotzdem kommt den Massenmedien die Aufgabe zu, Orientierungshilfe und Entscheidungshilfe zu geben und zwar nicht nur dem Rezipienten, sondern auch dem Kommunikator, denn auch die Lernfähigkeit von Organisatoren und Kommunikatoren ist proportional zu den einlaufenden Informationsströmen<sup>76)</sup>. In diesem Sinn sagt KARL DEUTSCH: „Wenn man sich auf einen Reiz anders verhält als früher, und vor allem in einer stabilen Weise anders verhält, dann kann man von Lernen sprechen. Wenn wir strukturelle Aspekte hinzufügen, dann sagen wir, Lernen bedeutet, daß die inneren informationsverarbeitenden Hilfsquellen des Systems umorganisiert worden sind, so wie eine Armee eine Reserve, also Soldaten haben muß, die nicht bereits in einer Position festgefroren sind, sondern die noch verfügbar sind, so daß man umdisponieren kann. So wie eine Geschäftsfirma liquide Mittel haben muß, um einer unvorhergesehenen Möglichkeit zu begegnen, so muß ein Informationssystem nicht festgelegte, nicht festgefrorene Informationsmittel zur Verfügung haben, um auf ein Problem auch anders antworten, neu reagieren zu können. Die Informationsfähigkeit eines Systems ist im allgemeinen proportional zu jenem Prozentsatz seiner Hilfsquellen und Hilfsmittel, die nicht unwiderruflich festgefroren oder festgelegt sind. Die Massenmedien in einer Gesellschaft, vom Buchverlagswesen und den Buchhandlungen angefangen bis zum Zeitungswesen, zum Hörfunk und zum Fernsehen, sind wesentliche Quellen der Entscheidungsfähigkeit und der Lernfähigkeit dieser Gesellschaft“<sup>77)</sup>.

Für den Zusammenhang von Kommunikationsbarrieren, Lernfähigkeit, Transparenz und Konservierung von Herrschaftsverhältnissen durch unzureichende Kommunikation hat HORST REIMANN<sup>78)</sup> klare Feststellungen getroffen, auf die ich mich nachfolgend beziehen möchte. REIMANN geht von dem Tatbestand aus, daß Institutionen und Organisationen dazu neigen, Kommunikationsbarrieren zu errichten, daß sie zu „informationeller Isolation“ tendieren und daß sie sich als geschlossene oder quasi geschlossene Systeme darstellen, die hinsichtlich ihrer Kommunikationsbereitschaft autonomen Bruderschaften nicht unähnlich sind. Diese Beobachtung gilt für autoritäre und demokratische verfaßte Systeme — mit freilich erheblichen Gradunterschieden — in nahezu gleicher Weise. Führungsschichten und mit Kompetenzen und Entscheidungsbefugnissen ausgestattete Institutionen versuchen, die Transparenz der Entscheidungsvorgänge und der Entscheidungsmechanismen zu verhindern; sie hören die Informationen und setzen sie in Form eines manipulativen Herrschaftswissens ein. Das durch personelle und institutionelle Interaktionen in den Entscheidungsinstanzen erworbene Wissen garantiert einen Informationsvorsprung, der sich indirekt als Kommunikationskontrolle oder Kom-

munikationsbegrenzung auswirkt. Beispiele für derartige kommunikationsisolationistische Tendenzen ließen sich besonders dem politischen Legislativ- und Exekutivbereich entnehmen, der meist nur den participants durchschaubar ist. Als kommunikationsdistanziert erweisen sich auch die parapolitischen Vorgänge innerhalb der Verbände, zwischen den Verbänden und zwischen Verbänden und parteipolitischen Gruppierungen<sup>79</sup>). Auch in den bildungspolitischen Reformprozessen macht sich — wie ich meine, die Neigung ein gleichsam geschlossenes System zu etablieren bemerkbar: immer die gleichen Gutachter, immer die personell nahezu identisch besetzten Expertengremien, immer wieder die gleichen Personen, die in den gleichen publizistischen Medien als Autoritäten in Anspruch genommen werden. Die Prominenz, von der SIEBURG sagte, sie komme durch Beifall zustande, die sich selbst in ihrem Anspruch gegenseitig bestätigt und emporlebt, konstituiert sich als Bruderschaft, die nur untereinander kommuniziert. Fragen etwa der Art: warum wird Herr X von dem Gutachtergremium Y gerade zu dem Gegenstand Z befragt, werden nicht gestellt oder dürfen nach nicht formuliertem Konsensus nicht gestellt werden. Die Gunst der Massenkommunikationsmittel verstärkt die sich abzeichnenden Oligarchisierungstendenzen. REIMANN nennt die hier zutreffenden Reizworte: institutionelle Kommunikationsbarrieren (170), Diskrimination aller externen Kommunikation (173), informelle Isolation (173), quasigeschlossene Kommunikationssysteme (177), Kommunikationskontrolle (179), schichtspezifische Kommunikationsverhalten (185). Auch die Rechtsnorm der Landespressegesetze, die die Transparenz durch die verfügte Auskunftspflicht sicherstellen will, erweist sich nur zögernd als demokratisches Regulativ gegenüber der informationellen Isolation. Die für uns besonders belangvolle Passage in REIMANNs „Institutionelle Kommunikationsbarrieren“ (p. 186 f) darf ich hier im vollen Wortlaut wiedergeben: „Die ‚monopolartigen Bindungen bestimmter Wissens Elemente an kleine Gruppen‘ sind in gleicher Weise interessen gebunden; sie sichern als Geheimwissenschaften den Eingeweihten eine Vormachtstellung. Wissenschaft als Sammlung und Mehrung menschlicher Erkenntnisse und Erfahrungen ist allerdings auf freie ungehinderte Kommunikation, auf Öffentlichkeit, angewiesen; Publizität ist eine der Bedingungen ihrer Existenz. Sie wird also um ihres Bestandes willen auf die Beseitigung aller Informationssperren dringen, z. B. auf den Öffentlichkeitscharakter von Bibliotheken, auf die Zugänglichkeit von Archiven; sie ist bemüht um eine einheitliche Symbolsprache, um auch die internationale Kommunikation zu ermöglichen, andererseits bleibt dabei unvermeidlich, daß sie sich mit der Erweiterung des Kommunikationszusammenhangs eine spezifische wissenschaftliche Öffentlichkeit schafft, die zwar gemeinhin zugänglich, aber doch nur dem erreichbar ist, der die Mühe und das Wagnis auf sich nimmt, sich auf ihr Verständigungsniveau zu begeben, der Abstand zur Allgemeinheit indessen nimmt zu. Diese Distanz, die sich durch das große Begabungs-, Bildungs- und Ausbildungsgefälle innerhalb einer Sozietät ergibt, durch das den Wissenschaftlern eine Sonderstellung als einer durch intellektuelle Qualifikation und Ausrüstung ausgezeichneten Elite eingeräumt wird, wird vergrößert durch das aufgrund der Rollendifferenzierung den Forschungspositionen zugewiesene Mandat, die Grundlagen für die Existenz der Gesellschaft immer wieder neu zu setzen. Diese Freistellung von alltagsbezogenen Fragestellungen



gen und Anforderungen findet ihren konsequenten Ausdruck in der Klausur (Forschungszentren). Die Motive für die z. T. selbstgewählte Abschließung der Wissenschaftler — man könnte von einem Hieronymus-im-Gehäuse-Leitbild sprechen — sind Verständigungsschwierigkeiten wegen des Bewußtseinsabstandes zu den übrigen Gruppen der Gesellschaft, Mitteilungsschwierigkeiten infolge fehlender gemeinsamer Symbolmöglichkeiten und des Unterschiedes der individuellen Einsichtsmöglichkeiten, arbeits- und denkökonomischer Gründe, Wille zur Objektivität und Enthaltung von Engagement, Bemühung um Wahrheitsfindung sowie Verzicht auf Alltagszerstreungen und damit freiwillige Einschränkung der Kommunikationsmöglichkeiten.

Mehr als in anderen Bereichen bedarf es zur Überwindung dieses Abstands einer kommunikativen Schleusentreppe. Die Institutionalisierung der vermittelnden Instanzen, die gesellschaftliche Anerkennung und entsprechende rangmäßige Einstufung der Kommunikator-Positionen (Statuserhöhung) scheint eine notwendige integrierende Folge des offensichtlichen Differenzierungsprozesses in komplexen Gesellschaften zu sein; die Professionalisierung und die Zunahme der Aktivitäten auf dem Gebiet der allgemeinen Bildung und Vermittlung (Ausbau der Volkshochschulen und Erwachsenenbildung, Errichtung pädagogischer Arbeitsstellen, aber auch die Bestrebungen der Büchergilden- und Kunsthallenbewegungen) weisen in diese Richtung, wenn auch historische und ideologische Belastungen (falsches Elitebewußtsein, diffuse Bildungsvorstellungen, schicht- oder generationsspezifische Absonderungen, romantische Volkstumsideale) manche dieser Bemühungen fehl-leiten“<sup>80)</sup>.

Ich meine, daß diesem Text weitere Umschreibungen nicht hinzuzufügen sind, er weist die schichtspezifischen Kommunikationsbarrieren ebenso nach, wie die Kommunikationsbegrenzungen, die sich aus der Kodierung der Verständigungszeichen ergeben und auch wie der Kommunikationsfluß von oben nach unten gebrochen wird.

Es wäre natürlich aufschlußreich, nun am konkreten Fall diese Feststellungen zu verifizieren, das dürfte nach Lage der Dinge indes zunächst nur im überschaubaren Bereich, bei Reformprozessen von lokaler Begrenzung durchführbar sein<sup>81)</sup>.

Wir haben bei dem Versuch, den Bochumer Plan als Reformmodell der Erwachsenenbildung in das Bildungswesen einzufügen, festgestellt, daß die publizistischen Möglichkeiten nicht ausgereicht haben, die institutionellen Barrieren aufzuheben. Die Presse — und das erweist sich hier deutlich — wird eher als Steuerungsmechanismus und Korrektivinstrument akzeptiert als eine Instanz, von der pädagogische Innovationen ausgehen oder gefördert werden könnten.

## VII. Massenkommunikation als Handlungswissenschaft?

Wir sind an das Ende unserer überschauenden, fraglos nur summarischen Betrachtung gelangt, die die Dimension der Kommunikationswissenschaft aufweisen,

Kommunikationsprozesse modellartig und wirkungsorientiert sowie die Möglichkeiten der Prägung und der Effizienz der Massenkommunikation darstellen wollte. Ausgesprochen und unausgesprochen waren dabei die Bezüge der Kommunikationswissenschaft auf politische und kulturpolitische Veränderungsprozesse im Blick, ohne daß freilich das Verständnis von Kommunikationswissenschaft als Handlungswissenschaft auf nützliche, anwendbare Rezepte reduziert wurde. Wenn abschließend wiederholt nach dem Beitrag der Kommunikationswissenschaft zur Erkenntnis pädagogischer Reformprozesse gefragt wird, so ist darauf vielleicht wenig befriedigend zu antworten:

1. Das hier angesprochene Thema ist bislang von der Kommunikationswissenschaft nicht behandelt worden.
2. Die Kommunikationsmodelle und die Kommunikationsprozesse sind in der Regel an sozial-kulturellen oder politischen Gegenständen erläutert worden.
3. Die entwickelten Schemata sind auf pädagogische Reformprozesse indes übertragbar.
4. Die Kommunikationswissenschaft versteht sich zunächst als nachvollziehende Wissenschaft, die Aufklärung über den Kommunikationsfluß und dessen Bedingungen gibt.
5. Im Sinne einer Handlungswissenschaft kann die Kommunikationswissenschaft einen pädagogischen Reformprozeß als kommunikativen Vorgang planen, sie kann die Formen der Präsentation entwickeln, durch die das Höchstmaß an möglicher Zustimmung erreicht werden kann.
6. Sie kann auf Sprachbarrieren, Institutionsbarrieren und personelle Barrieren hinweisen, die der Transparenz von Kommunikationsprozessen entgegenstehen.
7. Die empirischen Untersuchungen in der Kommunikationswissenschaft widerlegen die der Massenkommunikation gemeinhin zugesprochene Kraft der Prägung, Beeinflussung und Einstellungsveränderung. Der Einfluß der Massenkommunikation auf die Durchsetzung von pädagogischen Reformprozessen dürfte von daher auch gering sein und eher in der Aufklärung, in der Herstellung von Transparenz zu sehen sein als in der Veränderung von „Bewußtseinsinhalten“.

(Manuskript abgeschlossen am 1. 4. 1970)

## Anmerkungen

- 1 S. hierzu: Internationales Handbuch für Rundfunk und Fernsehen 1969/70. Dort sind die in der Bundesrepublik institutionalisierten kommunikationswissenschaftlichen Einrichtungen benannt und beschrieben.
- 2 Ich verweise insbesondere auf den Aufsatz von MARTIN IRLE: „Gruppendynamik und Kommunikation“, in: Kommunikation, hrsg. v. O. W. HASELOFF, Berlin 1969, p. 100 ff.
- 3 Dazu u. a.: B. HASSENSTEIN: Information und Nachricht, K. STEINBUCH: Techniken der Kommunikation, in: Kommunikation, a. a. O., p. 9 ff, p. 29 ff.
- 4 S. W. HAGEMANN: Grundzüge der Publizistik. Als eine Einführung in die Lehre von der sozialen Kommunikation, neu herausgegeben von HENK PRAKKE unter Mitarbeit von WINFRIED B. LERG und MICHAEL SCHMOLKE, Münster 1966<sup>2</sup>, p. 27 ff. S. ferner die diesbezügl. Stichworte in dem dtv-Wörterbuch zur Publizistik v. K. KOSZYK und K. H. PRUYS, München 1969.
- 5 Information und Kommunikation, Ein Repertorium zur Unterrichtslehre und Lerntheorie, hrsg. v. K. SCHALLER und GG. WODRASCHKE, Hamburg 1968, p. 130 ff, ferner u. a. F. WINNEFELD: Psych. Analyse des pädagogischen Lernvorgangs, in: Handbuch der Psychologie — Päd. Psychologie Bd. 10 Göttingen 1959, p. 99 ff, F. v. CUBE: Kybernetische Grundlagen des Lernens und Lehrens, Stuttgart 1965, p. 60 ff, P. HEIMANN: Didaktik als Theorie und Lehre, Deutsche Schule 1962, p. 416.
- 6 Z. B. findet sich bei E. COLIN CHERRY diese Identifizierung in dem Aufsatz The Communication of Information, in: Communication and Culture, Readings in the Codes of human interaction, ed. by ALFRED G. SMITH, New York 1966, p. 35 ff. Auch bei O. ANWEILER: Wissenschaft, Bildungspolitik und Öffentlichkeit, in: Bildung und Erziehung, H. 2, 1968, p. 93 ff.
- 7 Information und Kommunikation, Referate und Berichte der 23. Internationalen Hochschulwochen Alpbach 1967, hrsg. v. SIMON MOSER unter Mitarbeit v. SIEGFRIED J. SCHMIDT, München—Wien 1968.
- 8 Die stärkste und überzeugendste Rezeption hat G. MALETZKE vorgenommen in: Psychologie der Massenkommunikation, Theorie und Systematik, Hamburg 1963. In knapper Form findet sich eine Darstellung in: dtv-Wörterbuch zur Publizistik, a. a. O., p. 185 ff (es sei hier nur im nebenhin vermerkt, daß der Begriff Diffusion keine selbständige Abhandlung erfährt). Von den neueren Arbeiten nenne ich nur: H. BESSLER und F. BLEDJIAN: Systematik der Massenkommunikationsforschung. München, Basel 1967.
- 9 Der Aufsatz von NOSCHIN scheint allerdings zu beweisen, daß sich die Kommunikationswissenschaft in der DDR — wie empirische Disziplinen überhaupt — erst im Anfangsstadium befindet. Die Rezeption amerikanischer Arbeiten mutet reichlich anachronistisch an, jüngere Arbeiten zur Massenkommunikationsforschung bleiben in der Betrachtung weithin unberücksichtigt.
- 10 The Process and Effects of Mass Communication, ed. by WILBUR SCHRAMM, University of Illinois 1965<sup>6</sup>, p. 3 ff (WILBUR SCHRAMM, How Communication Works).
- 11 Dazu u. a. H. BESSLER: Aussagenanalyse, Die Messung von Einstellungen im Text der Aussagen von Massenmedien, Bielefeld 1970 (mit Bibliographie).
- 12 Das Problem der Kommunikation zwischen Kommunikator und Rezipient ist jüngst unter einem speziellen Aspekt dargestellt worden von HORST REIMANN: Diffusion von Neuerungen in: Innovation u. Partizipation, in: Aspekte der Entwicklungssoziologie, Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderheft 13/69, p. 388 ff. In mehr allgemeinem Zusammenhang: J. HILLIER, Die neue audiovisuelle Ausstattung des Menschen — Von der Massenkommunikation zur universellen Kommunikation, in: Universitas, H. 10, 1970, p. 1071 ff.
- 13 ROLAND R. RÜCKEL: Informationsfluß und redaktionelle Entscheidungsprozesse, in: Publizistik, Hamburg, 14. Jg. 1969, p. 398 ff. STOSBERG, KRIST: Die Selbsteinschätzung der Rezipienten und die „Kommunikationsdiskrepanz“ als Determinanten des Einstellungswandels (Arbeitstitel), Nürnberg, in Vorbereitung. STOSBERG, MANFRED: Die Möglichkeiten der Messung von Rezipienteneinstellungen bei der Prüfung von Hypothesen über die Wirkungen der Massenkommunikation (Arbeitstitel), Nürnberg, in Vorbereitung.

- 14 RAYMOND A. BAUER: The Communicator and the Audience und Ithiel de Sola Pool, The Mass Media and their Interpersonal Social Functions in the Process of Modernization, in: People Society and Mass-Communications, ed LEWIS ANTHONY DEXTER and DAVID MANNING WHITE: London 1964, p. 125 ff und p. 429 ff. Die von BAUER im empirischen Beispiel dargelegte Abhebung von kongruenten und inkongruenten Situationen (p. 130) erscheint mir für eine Systematisierung der Kommunikationsprozesse nützlich.
- 15 HANSJÖRG BESSLER: Techniken zur Analyse schriftsprachlicher Inhalte der Aussagen von Massenmedien und ihrer Eignung für die Messung von Einstellungsäußerungen in Aussagentexten, in: Aussagenanalyse, a. a. O., p. 65 ff, s. darüber hinaus die dort verzeichnete Literatur.
- 16 COLIN CHERRY: Kommunikationsforschung — eine neue Wissenschaft, Hamburg 1963 (Originaltitel: On Human Communication). CHERRY geht bei seiner Description der Kommunikationswissenschaft von den Phänomen der Nachrichtentechnik aus und hat sich unter dem Begriff „Die Logik der Kommunikation“ mit der sprachlichen Syntaktik, Semantik und Pragmatik, p. 254 ff befaßt.
- 17 HANSJÖRG BESSLER: a. a. O., p. 65 ff.
- 18 A. SILBERMANN: Bildschirm und Wirklichkeit, Berlin 1966, U. MAGNUS, Aussagenanalyse, eine Untersuchung des ersten Fernsehprogramms, Hamburg 1966, D. ROSS: Die dritten Fernsehprogramme, Hamburg 1966, A. SILBERMANN: Vorteile und Nachteile des kommerziellen Fernsehens, Düsseldorf 1968, J. H. KNOLL: Gedanken zur Bewertung von Fernsehsendungen, in: Rundfunk und Fernsehen, 16. Jg. 1968, Hamburg, H. 2, ders.: Beobachtungen zum Nachmittagsprogramm des Fernsehens, in: Rundfunk und Fernsehen, Hamburg 17. Jg. 1969, H. 3.
- 19 Eine Ausnahme hiervon machen die Kreativitätsuntersuchungen von P. M. ROEDER: Hamburg, und die von FLECHSIG u. a. in Konstanz projektierten Untersuchungen über Rollenverhalten. Im Institut für Pädagogik der Ruhr-Universität Bochum sind folgende empirischen Arbeiten fertiggestellt oder vor Abschluß: Jugend und Kulturpolitik, Neuwied 1970, Inhaltsanalytische Untersuchungen zum Begriff Kulturpolitik, 1971, Die Volkshochschule im Spiegel des Polaritätenprofils 1971. (Hierbei sind nur die im Bereich Erwachsenenbildung erstellten Arbeiten berücksichtigt).
- 20 Den Versuch, die empirischen Befunde als Verhaltensnorm auszugeben, hat vor allem KINSEY unternommen, der die in Amerika ermittelten Daten als Verhaltensnorm nach Europa transponieren wollte.
- 21 HELMAR FRANK: Kybernetische Pädagogik, in: Information und Kommunikation, a. a. O., p. 112.
- 22 H. PLESSNER: Zur Soziologie der modernen Forschung und ihre Organisation in der deutschen Universität, in: M. SCHELER, Versuch zu einer Soziologie des Wissens, München—Leipzig 1924, p. 407 f.
- 23 L. v. WIESE: Einsamkeit und Geselligkeit als Bedingungen der Mehrung des Wissens, in: M. SCHELER, a. a. O., p. 222.
- 24 J. H. KNOLL: Wissenschaft und Öffentlichkeit, in: Festschrift zur Eröffnung der Universität Bochum, Bochum 1965, p. 385 (mit Bibliographie).
- 25 Zur Kreativitätsforschung s. die Berichte, Untersuchungsergebnisse und Rezensionen, in: Zeitschrift für Pädagogik, H. 2, 1969. Die amerikanische Literatur ist dort im wesentlichen rezipiert.
- 26 Ein weithin gut zusammengestellten ersten Überblick mit einiger einführender Literatur bei DAVID K. BERLO, The Process of Communication, An Introduction to theory and practice, New York 1960.
- 27 HORST REIMANN: Kommunikations-Systeme. Umriss einer Soziologie der Vermittlungs- und Mitteilungsprozesse, in: Heidelberger Sociologica, 7, Tübingen 1968.
- 28 O. W. HASELOFF: Über Wirkungsbedingungen politischer und werblicher Kommunikation, in: Kommunikation, a. a. O., p. 151. K. DEUTSCH, Information und politische Entscheidung, in: Das Publikum, Schriftenreihe der Deutschen Studiengesellschaft für Publizistik, Band 8, München 1969, p. 13 ff. The Flow of Influence in Public Affairs, in: ELIHU KATZ and PAUL F. LAZARSFELD: Personal Influence, Illinois 1955, p. 294.
- 29 O. W. HASELOFF, a. a. O., p. 151.
- 30 H. STURM: a. a. O., p. 77. Unsere eigene inhaltsanalytische Untersuchung bezieht sich auf das Thema Kulturpolitik, es wurde dabei das Informationsangebot in allen Presseergebnissen, die in Bochum verfügbar sind, in Hörfunk und Fernsehen quantitativ

erfaßt. Schwierigkeiten ergaben sich — wie bereits angedeutet — in der inhaltsanalytischen Erfassung des Fernsehens. Eine qualitative Inhaltsanalyse, für die ein operationales Instrumentarium noch kaum zur Verfügung steht, konnte wegen des materialen Umfangs der Daten nicht vorgenommen werden.

- 31 H. STURM: a. a. O., p. 77.
- 32 H. J. SCHOEPS: Was ist und was will die Geistesgeschichte, Göttingen 1959. J. H. KNOLL: Staatsbürgerliche Erziehung im 19. Jahrhundert, in: Bildungsmodell und Geschichtlichkeit, ein Repertorium zur Geschichte der Pädagogik, Bd. 1, p. 179 ff (zuvor abgedruckt in Pädagogische Rundschau 1967). Dort habe ich auch auf die Literatur aufmerksam gemacht, die für den vorgegebenen Zusammenhang sich jener Quellen bedient, die in der Geistesgeschichte vorrangig berücksichtigt werden. Hierher gehören die Arbeiten von K. H. HÖFELE, FRIEDRICH KREPPLE, H. H. MUCHOW, K. PFANNKUCH u. a. Die jährlich stattfindenden Tagungen der Gesellschaft für Geistesgeschichte versuchen auch den methodologischen Ansatz der Zeitgeistforschung auszubauen. In der Pädagogik hat bereits DILTHEY (Gesammelte Werke, Bd. 6) auf die quellspezifische Orientierung der Geistesgeschichte hinzuweisen versucht. In neuerer Zeit ist der Gedanke der Mikrodokumentation von C. L. FURCK (in Zeitschrift für Pädagogik, 9. Jg., Probleme einer Geschichte der Pädagogik) wieder aufgenommen worden.
- 33 HAGEMANN/PRAKKE: Grundzüge der Publizistik, a. a. O., p. 77 ff (s. auch die dort angegebenen bibliographischen Verweise.). Die sog. „öffentliche Aufgabe“ von Presse und Rundfunk hat eine intensive und mehrfache Behandlung durch die Deutsche Studiengesellschaft für Publizistik erfahren (s. Schriftenreihe der Dt. Studiengesellschaft für Publizistik, Ch. Beck'sche Verlagsbuchhandlung, Bd. 1 ff). Ferner verweise ich auf TILMAN STEINER: Die sogenannte Aufgabe von Presse und Rundfunk ... in: Publizistik, H. 2. 1964, p. 99 ff.
- 34 Über die in Fußnote 33 angegebene Literatur hinaus verweise ich auf die zusammenfassende Arbeit von FRANZ SCHNEIDER: Presse und Meinungsfreiheit nach dem Grundgesetz, München—Berlin 1962. S. ferner den Abschnitt: Die Öffentlichkeit, in: HAGEMANN/PRAKKE: a. a. O., p. 27 ff.
- 35 Dazu u. a. J. H. KNOLL: Pressefreiheit-Pressemonopol, in: Die neue Ordnung, Paderborn, H. 5/1968, Jg. 22, p. 367 ff. (dort „Informationsrecht und Meinungsbildung“. Im Pressegesetz für das Land Nordrhein-Westfalen wird in Art. 4 formuliert: „Die Behörden sind verpflichtet, den Vertretern der Presse die der Erfüllung ihrer öffentlichen Aufgabe dienenden Auskünfte zu erteilen“.
- 36 DAVID K. BERLO: The Process of Communication, a. a. O.
- 37 DEXTER AND WHITE, People, Society and Mass Communication, a. a. O.
- 38 DEXTER AND WHITE: a. a. O., p. 138.
- 39 The Science of Human Communication, ed. by W. SCHRAMM, New York 1963, p. 65 ff., p. 77 ff.
- 40 E. KATZ: The Diffusion of News Ideas and Practices, in: The Science of Communication, a. a. O., p. 77 ff. Dort wird neben der Erläuterung der Diffusionstechniken auch die nähere begriffliche Kennzeichnung versucht, so wenn es heißt: ... Diffusionists trying to reconstruct history in terms of the Itinerary of ideas or artifacts as they moved through time and space.
- 41 E. KATZ und P. F. LAZARSFELD: Personal Influence, The Part Played by People in the Flow of Mass Communications, Illinois 1955, p. 137 ff. Für unseren Zusammenhang interessant ist auch der Abschnitt: The Flow of Influence in Public Affairs, a. a. O., p. 294 ff.
- 42 E. KATZ, P. F. LAZARSFELD: a. a. O., p. 146.
- 43 E. KATZ, P. F. LAZARSFELD: a. a. O., p. 294 f. Für die deutschen Verhältnisse s. jetzt die mehr allgemein gefaßten Einsichten von J. BINKOWSKI: Die Massenmedien in der Industriegesellschaft, Stimmen der Zeit, H. 3, 1970, p. 188 ff. Ferner HANS DICHGANS: Die Mechanismen der politischen Entscheidung, in: Überlegungen für eine Totalrevision des Grundgesetzes, in: Aus Politik und Zeitgeschichte, B 7/70, p. 5 f.
- 44 H. STURM: a. a. O., p. 77.
- 45 J. H. KNOLL, GG. WODRASCHKE, J. HÜTHER: Jugend und Kulturpolitik. Eine empirische Untersuchung über 17jährige Jugendliche in einer Großstadt des Ruhrgebiets, Neuwied 1970. S. dazu ferner: Die Darstellungen von JÜRGEN HÜTHER: Jugend-Fernsehen-Politik in: Hearing, Bd. 4, Beiträge zur Jugendpublizistik, Eine Schriftenreihe hrsg.

- v. Jugendpresseclub e. V., Bonn; J. HÜTHER, Jugend und Massenmedien — Fragen der Bereitschaft, sich informieren zu lassen, in: Neue Zürcher Zeitung v. 7. 3. 70; Fernsehen und kulturpolitische Informiertheit Jugendlicher, in: Rundfunk und Fernsehen, Hamburg, 17. Jg. 1969, S. 10 ff.
- 46 S. dazu J. H. KNOLL, Gg. WODRASCHKE, J. HÜTHER: Jugend und Kulturpolitik, a. a. O., Eine Zusammenstellung über das Publikum der Massenmedien gibt jetzt: Media Perspektiven, Januar 1970: Hörfunk und Fernsehen erreichten 1968/69 im Laufe eines durchschnittlichen Tages (Montag bis Sonntag) rund zwei Drittel der erwachsenen Bevölkerung in der BRD einschließlich West-Berlin. Noch höher ist die Reichweite der Gruppe Publikumszeitschriften (insgesamt 59 Zeitschriften): 1969 wurden rund 84 % der Bevölkerung von mindestens einer der 59 Zeitschriften pro Ausgabe erreicht. Für das Medium Tageszeitungen liegen Gesamtwerte für das Jahr 1969 in aufbereiteter Form nicht vor. Um eine Vorstellung von der Größenordnung des Personenkreises zu vermitteln, der mit diesem Medium durchschnittlich in dessen Erscheinungsintervall Kontakt hat, wurden Ergebnisse aus dem Jahr 1966 herangezogen, die allerdings aus diesen zeitlichen, aber auch methodischen Gründen mit den übrigen Daten nur beschränkt vergleichbar sind. 1966 erreichte die Tageszeitung ein Publikum, das 80 % der erwachsenen Bevölkerung zwischen 14 und 70 Jahren (hier wurde das Alter der Befragten nach oben begrenzt) umfaßt. Die geringste Reichweite unter den Massenmedien hat der Film, 4 % der erwachsenen Bevölkerung in der BRD waren 1969 mindestens einmal im Laufe einer Woche im Kino.
- 47 Dazu u. a. Hinweise von HANS WENKE auf das Verhältnis von Information und Sprache in dem Aufsatz: Die Information in pädagogischer Perspektive, in: „Der Aufbau erziehungswissenschaftlicher Studien und der Lehrberuf“ hrsg. v. BOKELMANN u. SCHEUERL (Festschrift f. W. FLITNER), Heidelberg 1970, S. 52 ff.
- 48 J. HÜTHER: Jugend und Massenmedien, in: Neue Zürcher Zeitung v. 7. 3. 1970.
- 49 J. H. KNOLL: Jugend und Fernsehen, in: Evangelische Kommentare, April 1970, ders., Jugend und Fernsehen, in: Hochland, September 1970. Dort habe ich auf der Grundlage von unserer empirischen Untersuchung „Jugend und Kulturpolitik“ eine Aufstellung über den Anteil der Sendegattungen am Gesamtkonsum vorgelegt.
- 50 Aufschlüsse über den Intensitätseinfluß kulturpolitischer Beiträge in Wochenzeitschriften liegen nicht vor. Effizienzuntersuchungen sind deshalb so schwierig, weil Kenntnis und Meinungsbildung durch verschiedene, auch außerpublizistische Kommunikationskanäle zustande kommen, so etwa in formellen und informellen Gruppen.
- 51 Hierüber wird auch die von uns durchgeführte inhaltsanalytische Untersuchung zum Begriff Kulturpolitik belegte Auskunft geben.
- 52 S. den Literaturhinweis in: dtv-Wörterbuch zur Publizistik, a. a. O., Stichwort: Bundesrepublik Deutschland, bes. H. MEYN: Massenmedien in der Bundesrepublik Deutschland, Berlin 1968<sup>2</sup>, W. STAMM: Leitfaden für Presse und Werbung, Essen 1969.
- 53 H. v. HENTIG: Öffentliche Meinung, Öffentliche Erregung, Öffentliche Neugier, Pädagogische Überlegungen zu einer politischen Fiktion, Göttingen 1969, p. 44 f. Zu einem besonderen Aspekt s. KARLPETER ARENS: Springer-Presse, Untersuchungen über Manipulation, Schriftenreihe zur Publizistikwissenschaft, Bd. 3, Berlin o. J. Verlässlichkeit kann hier nur mit den Mitteln quantitativ-qualitativer Inhaltsanalyse hergestellt werden (dazu insgesamt: G. WERSIG: Inhaltsanalyse. Einführung in ihre Systematik und Literatur, Schriftenreihe zur Publizistikwissenschaft, Bd. 5).
- 54 M. IRLE: Gruppendynamik und Kommunikation, in: Kommunikation, a. a. O., p. 100 ff.
- 55 M. IRLE: a. a. O., p. 103.
- 56 JOSEPH T. KLAPPER: The Effects of Mass Communication, o. O. 1964<sup>4</sup>.
- 57 I. L. JANIS: Kommunikation und Meinungswechsel, in: Kommunikation, a. a. O. p. 126 ff. Ferner: L. FESTINGER: A Theory of Cognitive Dissonance; WHITE PLAINS, New York 1957<sup>3</sup>; I. C. HOVLAND, I. L. JANIS, H. H. KELLEY: Communication and Persuasion, New Haven 1964<sup>4</sup>; I. L. JANIS und C. I. HOVLAND: An overview of persuasibility research, p. 1—26, in: I. L. JANIS und C. O. HOVLAND, et. al.: Personality and Persuasibility, New Haven 1959; I. L. JANIS und M. B. SMITH: Effects of Education and Persuasion on National and International Images, in: KELMAN (Hrsg.) International Behavior, S. 190—191, New York 1965; D. KATZ und E. STOTLAND: A preliminary statement to a theory of attitude structure and change, in: S. KOCH, Psychology: A Study of a Science, Bd. 3 1959, S. 423—475, New York; H. D. LASSWELL, The Political

- Writings of H. D. LASSWELL, Illinois, The Free Press 1951; K. LEWIN: Group decision and social change, S. 197—211, in: Newcomb and Hartley Readings in Social Psychology, S. 197—211, New York 1947; W. J. MCGUIRE and D. PAPAGEORGIS: Effectiveness of forewarning in developing resistance to persuasion, in: Public Opinion Quarterly, 1962, 26, S. 24—34.
- 58 Communication and Culture, Readings in the Codes of Human Interaction, ed. by ALFRED G. SMITH, Persuasion, p. 539 ff. New York 1966.
  - 59 E. P. BETTINGHAUS: Persuasive Communication, New York 1968, p. 175 ff (Face-to-Face versus interposed communication).
  - 60 I. L. JANIS: Kommunikation und Meinungswechsel, a. a. O., p. 128.
  - 61 I. L. JANIS: a. a. O., p. 130.
  - 62 I. L. JANIS: a. a. O., p. 136.
  - 63 O. W. HASELOFF: Über Wirkungsbedingungen politischer und werblicher Kommunikation, in: Kommunikation, a. a. O., p. 151 ff.
  - 64 HAGEMANN/PRAKKE: Grundzüge der Publizistik, a. a. O., p. 142 ff.
  - 65 L. A. DEXTER, D. M. WHITE: People, Society and Mass Communications, a. a. O., p. 431 ff: „It seems that while the media are not effective instruments of constructive action, they have a considerable power to disorient and engender confusion in a society. They engender the revolution of rising expectations, by creating desires for new things about which their readers and viewers learn; however, they do not thereby generate a willingness to take the actions called for to obtain these good things“.
  - 66 E. P. BETTINGHAUS: a. a. O., p. 17. S. dazu auch daselbst p. 13, p. 15, p. 112 ff. (Persuasion and Communication, The Nature of Persuasive Effects, Opinion Leadership Research) C. I. HOVLAND and I. JANIS: eds. Personality and Persuasibility, New Haven, Conn. 1959, P. 1—28. In jüngster Zeit dazu der engagierte Artikel von RAINER ERD, Die Massenmedien sind ohnmächtig, in: Frankfurter Rundschau, 17. 2. 1970. Diesem Beitrag hat FRANZ DRÖGE widersprochen: Die Massenmedien sind nicht ohnmächtig, in: Frankfurter Rundschau, 4. 3. 1970. Im Hinblick auf die amerikanischen Untersuchungen formuliert DRÖGE allgemein: „Ihr rein deskriptiver Wahrheitsbegriff, der nun auf eine subjektunabhängige Tatsachenbeschreibung abhebt, läßt die komplexe Subjekt-Objekt-Vermittlung unberücksichtigt, in der nicht nur der manuelle Produzent, sondern auch wissenschaftliche Erkenntnis und ihre gesellschaftliche Verwertung stehen. In dieses Wissenschaftsverständnis gehört auch, daß die öffentliche Kommunikation aus ihrem gesellschaftlichen Gesamtzusammenhang als Erkenntnisobjekt herausgelöst und, in einzelne Kommunikationsprozesse zerlegt, analysiert wird.“
  - 67 C. I. HOVLAND and I. JANIS: a. a. O., p. 2 f.
  - 68 J. T. KLAPPER: a. a. O., The Effects of Crime and Violence in the Media, p. 135 ff.
  - 69 C. I. HOVLAND and I. JANIS: a. a. O., p. 141 (ROBERT P. ABELSON and GERALD S. LESSER: The Measurement of Persuasibility in Children, p. 141 ff. Zu dem angesprochenen Fragenkreis s. die Information in: Media Perspective 1970, p. 15: Im Juni 1968 wurde von Präsident JOHNSON eine Sonderkommission mit dem Auftrag berufen, die Ursachen der Gewalt in der amerikanischen Gesellschaft sowie die Möglichkeiten ihrer Verhinderung zu untersuchen. Als eine der möglichen Ursachen wurden die Massenmedien in die Untersuchung einbezogen und von einem Medienausschuß gesondert geprüft. Die „National Commission on the Causes and Prevention of Violence“ veröffentlichte im November 1969 unter dem Titel „Violence and the Media“ eine von der Media Task Force, der Medienarbeitsgruppe, vorgelegte Materialsammlung zu diesem Thema. Dazu: M. STILLER: Gewalt — die einzige Lösung, Eine US-Kommission untersucht negative Auswirkungen des Fernsehens, in: Süddeutsche Zeitung 9. 4. 70.
  - 70 H. STURM: a. a. O., p. 95.
  - 71 H. STURM: a. a. O., p. 97.
  - 72 K. DEUTSCH: Politische Kybernetik, Freiburg 1969. G. SCHMÖLDERS: Sozialökonomische Verhaltensforschung am heutigen Menschen, in: Universitas, H. 2, 1970, p. 131 ff. Übertotalitäre Regierungspraxis und Kommunikationspolitik s. jetzt (mit bibl. Verweisen) JÜRGEN HÜTHER: Ideologische Beeinflussung durch die Massenmedien in der DDR, in: Rundfunk und Fernsehen, H. 4, 1969, p. 360 ff.
  - 73 H. DICHGANS: a. a. O.
  - 74 Werden wir richtig informiert?, Massenmedien und Publikum, zusammengestellt und eingeleitet von LEONHARD REINISCH, München, o. J.
  - 75 Wie vor, p. 81 f.

- 76 K. DEUTSCH: Information und politische Entscheidung, in: Das Publikum, München 1969, p. 16.
- 77 K. DEUTSCH: a. a. O., p. 18 f.
- 78 H. REIMANN: Kommunikations-Systeme, Umriss einer Soziologie der Vermittlungs- und Mitteilungsprozesse, Tübingen 1968.
- 79 TH. ESCHENBURG: Herrschaft der Verbände? Stuttgart 1955, R. BREITLING: Die Verbände in der Bundesrepublik, ihre Arten und ihre politische Wirkungsweise, Meisenheim 1955, O. H. VON DER GABLENTZ, Politische Parteien als Ausdruck gesellschaftlicher Kräfte, Berlin 1952.
- 80 H. REIMANN: a. a. O., p. 186 f. s. dazu auch den Abschnitt Oligarchien, a. a. O., p. 190 ff.
- 81 Mein Mitarbeiter M. JAGENLAUF hat im überschaubaren Bereich einen kommunikationspolitischen Prozeß nachgezeichnet („Die Durchführung des Schulentwicklungsplanes in einem Kreis des Landes Baden-Württemberg, als Kurzreferat vorgetragen auf dem öffentlichen Kongreß der Deutschen Gesellschaft für Erziehungswissenschaft, 12.—15. April 1970).